

24(2):2023



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**

**ISSN: 1303-1279
e-ISSN: 2687-4032**

**Volume / Cilt 24 | Issue / Sayı 2
Pages / Sayfa: 170-301**

April/Nisan 2023

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

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

Publisher/Yayıncı

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

II

Editor-in-Chief

Prof. Dr. Fatih ERTUGAY

Assistant Editor

Assist. Prof. Dr. Gamze ÇİMEN
Assist. Prof. Dr. Yasin GÖRMEZ

Publication Secretariat

Res. Assist. İbrahim BULDUR
Res. Assist. Ömer KÖSE

English Language Editor

Najibul KASHEM

Layout Assistant

Elektronik Dergi Ofisi Başkanlığı

Editör

Prof. Dr. Fatih ERTUGAY

Editör Yardımcısı

Dr. Öğr. Üyesi Gamze ÇİMEN
Dr. Öğr. Üyesi Yasin GÖRMEZ

Yayın Kurulu Sekreteryası

Arş. Gör. İbrahim BULDUR
Arş. Gör. Ömer KÖSE

Yabancı Dil Editörü

Najibul KASHEM

Mizanpaj Editörü

Elektronik Dergi Ofisi Başkanlığı

Section Editors / Alan Editörleri

- Prof. Dr. Adem ÜZÜMCÜ- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Cavit YEŞİLYURT- Atatürk Üniversitesi
- Prof. Dr. Coşkun KARACA- Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru AYKAN- Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ- Dokuz Eylül Üniversitesi
- Prof. Dr. Ferudun KAYA- Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer ALKAN- Atatürk Üniversitesi
- Prof. Dr. Muhammed Veysel KAYA- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki DOĞAN- Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Doç. Dr. Burcu ORALHAN- Nuh Naci Yazgan Üniversitesi
Doç. Dr. F. Müge SAKAR- Dicle Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail GÖKDENİZ- Kırıkkale 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 Hüseyin Serhan ÇALHAN- Akdeniz Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Murat DEMİREL- Nevşehir Hacı Bektaş Veli 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, Denizli, Türkiye

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

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

Assoc. Prof. Thair ISLAM, Tongji University, Shanghai, PR China

Assoc. Prof. Anshuman Sharma, Ajman university, Dubai, UAE

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

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

Reviewers for This Issue / Bu Sayının Hakemleri

- Prof. Dr. Ötüken SENGER - Kafkas Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin YAVUZ - Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Prof. Dr. Güzin ÖZDAĞOĞLU - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Yılmaz AKGÜNDÜZ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ - Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Murat ÇETİN - Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
Doç. Dr. Murat GÜNDÜZ - Uşak Üniversitesi
Doç. Dr. Murat BERBEROĞLU - Artvin Çoruh Üniversitesi
Doç. Dr. Serpil ÇİĞDEM - Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Burak TANGÖR - Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem EŞTÜRK - Ardahan Üniversitesi
Doç. Dr. İstemi ÇÖMLEKÇİ - Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. İlker SAKINÇ - Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Doç. Dr. Hayriye SAĞIR – Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Hatice AYDIN - Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Muhittin ADIGÜZEL - İstanbul Ticaret Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa TORUN - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Feyza TAŞKIN - Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özlem DEMİR - Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Said KÖSE - Bartın Üniversitesi
Dr. Mehmet Erkan KILLIOĞLU - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Indexing/ İndeksler

ASOS Index

Academindex

EBSCO

SOBİAD

OpenAIRE

TR Dizin

Google Scholar

TÜBİTAK ULAKBİM

Contents / İçindekiler

Editorial

IX

Editörden

X

COVID-19 Pandemic and Use of E-Commerce: Generational Differences

COVID-19 Pandemisi ve E-Ticaret Kullanımı: Kuşaklararası Farklılıklar

Ömer ALKAN, Yağız Can BAYHAN

170-185

Examination Of Non-Interest Incomes And Bank Performance Relationship In The Türkiye Banking Sector
Türk Bankacılık Sektöründe Faiz Dışı Gelirler Ve Banka Performans İlişkisinin İncelenmesi

Levent SEZAL

186-194

Multidimensional Scientometric Analysis for the Gig Economy

Gig Ekonomisi için Çok Boyutlu Bilimetric Analiz

Sergen GÜRSOY

195-210

Is 'Justice' Only Employee-Centered? A Literature Review on the Parties Affected by Justice
'Adalet' Yalnızca İşgören Merkezli Midir? Adaletten Etkilenen Taraflar Üzerine Bir Literatür İncelemesi

Nihal YAZICI, Nilşah CAVDAR AKSOY

211-226

The Effect Of Climate Change On Agricultural Value Added: A Panel Data Analysis On Mediterrenian Countries
İklim Değişikliğinin Tarımsal Katma Değer Üzerine Etkisi: Akdeniz Ülkeleri Üzerine Bir Panel Veri Analizi

Mehmet Sinan TEMURLENK, Sümeyye Şeyma ERDİK

227-240

Examination Of Individual Factors Affecting Organizational Commitment Through Healthcare Workers
Örgütsel Bağlılığa Etki Eden Bireysel Faktörlerin Sağlık Çalışanları Üzerinden İncelenmesi

Sema AYDIN, Osman ALACAHAN

241-256

Investigation Of The Reaction Of Selected Investment Instruments In Financial Markets To The Russia-Ukraine
War With An Event Study Approach

Finansal Piyasalarda Seçili Yatırım Araçlarının Rusya-Ukrayna Savaşına Tepkisinin Olay Çalışması Yaklaşımı İle
İncelenmesi

Mahammad CHARKASOV, Gizem ARI, Vedat SARIKOVANLIK

257-265

Evaluation Of The Competitiveness Power Of The Turkish Civil Air Transport Industry
Türk Sivil Hava Taşımacılığı Endüstrisinin Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi
Murat Ahmet DOĞAN, Ebül Muhsin DOĞAN
266-278

VIII

Consumer Well-being in Household Consumption Expenditures and the Effect of Consumer Spending Self-
Control on Life Satisfaction
Hanehalkı Tüketim Harcamalarında Tüketici İyi Oluşu ve Tüketici Harcama Öz-Kontrolünün Yaşam Doyumuna
Etkisi
Özlem AKBULUT DURSUN, Aysel ERCİŞ
279-291

Armies Of War Without Uniforms: Mercenaries And Private Military Companies In Russia's Interventions In
Syria And Ukraine
Savaşın Üniformasız Orduları: Rusya'nın Suriye ve Ukrayna Müdahalelerinde Paralı Askerler ve Özel Askeri
Şirketler
Çağla MAVRUK, Ali GÖK
292-301

Editorial

IX

Cumhuriyet International Journal of Education (CIJE) is a scientific, peer-reviewed and open-access journal published online on a quarterly basis. CIJE aims to provide its audience with high quality studies in education through an objective lens. As the publication board of the journal, we are happy to publish our first issue in Volume 24 (April 2023). We express our deepest gratitude to everyone that contributed to this issue, particularly to the publication board, assistant editors, field editors, language editors, copyediting staff, authors and reviewers. We also thank everyone who has contributed to our journal and provided support so far. Our next issue will be published in July 2023.

In this issue, there are 10 empirical studies that went through a strict blind review and editorial process. Articles to be published in our journal go through three important phases: preview, blind review and editing. During the blind review process, every article is reviewed by at least two referees. Moreover, each article going through examination is checked for plagiarism using iThenticate. We suggest that our prospective authors scan their article using plagiarism software before they send it to our journal.

Prospective authors could upload their studies to <http://dergipark.gov.tr/cije> for our forthcoming issues. In addition, our journal aims to widen its pool of reviewers. In this respect, those who are interested in becoming a member of it or those who wish to contribute to our journal as a reviewer could send their CVs to iibfdergi@cumhuriyet.edu.tr. Reviewer certificates are sent through Dergipark. Therefore, those who wish to get a certificate should apply for it through Dergipark. We hope to reach you with higher quality and original studies in the next issue.

Prof. Dr. Fatih ERTUGAY
Editor-in-Chief
April, 2023

Editör'den

Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi (CUED) Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi tarafından yılda dört defa çıkarılan bilimsel, hakemli ve elektronik ortamda okuyucuların erişimine açık bir dergidir. CUED, eğitim alanında nitelikli çalışmaları nesnel bir bakış açısı ile okuyucusuna ulaştırmayı hedeflemektedir. Yayın kurulumuz dergimizin 24. cildinin 2. sayısını (Nisan 2023) yayımlamanın mutluluğunu yaşamaktadır. Özellikle danışma kurulumuza, editör yardımcılarımıza, alan editörlerimize, dil editörlerimize ve ön inceleme ve dizgiden sorumlu çalışanlarımıza olmak üzere, yazarlarımıza, hakemlerimize ve dergimizin bu sayısına katkıda bulunan herkese verdikleri emekten ötürü en derin şükranlarımızı sunarız. Ayrıca şimdiye kadar dergimize katkıda bulunan ve destek sağlayan herkese teşekkür ediyoruz. Bir sonraki sayımız Temmuz 2023'de yayımlanacaktır.

Bu sayımızda sıkı bir kör hakemlik ve editörlük sürecinden geçmiş 10 araştırma makalesi bulunmaktadır. Dergimizde yayımlanmakta olan çalışmalar ön inceleme, kör hakemlik süreci ve editöryal süreç olmak üzere üç önemli aşamadan geçmektedir. Hakemlik sürecinde her makale en az iki hakem tarafından incelenmiştir. Ayrıca, inceleme sürecine giren her makale iThenticate yazılımı yardımıyla intihal taramasından geçmektedir. Önümüzdeki sayılarımız için çalışmalarını dergimize göndermek isteyen yazarlarımıza çalışmalarını bize göndermeden önce mutlaka intihal yazılımından geçirmelerini öneriyoruz.

Yeni sayılarımız için çalışmalarınızı <http://dergipark.gov.tr/cije> adresine yükleyebilirsiniz. Ayrıca, dergimiz akademik danışma kurulunu ve hakem havuzunu genişletmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda dergimizin danışma kurulunda yer almak isteyen veya hakem olarak dergimize katkıda bulunmak isteyen değerli araştırmacılar özgeçmişlerini iibfdergi@cumhuriyet.edu.tr adresine e-posta ile gönderebilirler. Hakem sertifikası işlemleri Dergipark üzerinden yürütülmektedir. Bu nedenle hakem sertifikası almak isteyen hakemlerimizin Dergipark üzerinden başvuruda bulunmaları gerekmektedir. Nitelikli ve özgün çalışmalarla bir sonraki sayıda buluşmak üzere...

Prof. Dr. Fatih ERTUGAY
Editör
Nisan, 2023



COVID-19 Pandemic and Use of E-Commerce: Generational Differences

Ömer Alkan^{1-a*}, Yağız Can Bayhan^{2-b}

¹ Department of Econometrics, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Atatürk University, Erzurum, Türkiye

² Department of Econometrics, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 22.09.2022

Accepted: 26.01.2023

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has made e-commerce more significant than ever before. People who have never experienced e-commerce before have participated in e-commerce due to the closed stores and the interruption of social life. The aim of this study, in which intergenerational differences are taken into account, To determine the general profile of e-commerce users as well as the socio-demographic factors that affect individuals' e-commerce use in Türkiye. For this purpose, the data of the Household Information Technologies Usage Survey conducted by the Turkish Statistical Institute in 2021 were used (n=30530) and the factors influencing individuals e-commerce use were analyzed using the binary logistic regression method. According to the findings, it has been determined that women in the Z, Y and X generations and men in the Baby Boomer generation are more likely to engage in e-commerce. It has been observed that in all generations, university graduates are more likely to use e-commerce. At the same time, it has been found that the small family size and high monthly income increase the probability of using e-commerce. In addition, e-commerce is more preferred in the developed regions of Istanbul, West Marmara, East Marmara, Aegean and Mediterranean regions compared to Northeast Anatolia, and Middle East Anatolia regions which are relatively less developed regions. Finally, it has been concluded that the variables of working status, mobile phone ownership, laptop ownership, desktop PC ownership, tablet PC ownership, e-government services usage and financial transactions over the internet are significant factors on e-commerce.

Keywords: Electronic commerce, online shopping, online purchase, logistic regression, covid-19 pandemic.

COVID-19 Pandemisi ve E-Ticaret Kullanımı: Kuşaklararası Farklılıklar

Süreç

Geliş: 22.09.2022

Kabul: 26.01.2023

Öz

Covid-19 pandemisi ile birlikte e-ticaret daha önce olmadığı kadar önem kazanmıştır. Mağazaların kapalı olması ve sosyal hayatın kesintiye uğramasıyla, daha önce hiç e-ticareti deneyimlememiş insanlar e-ticarete yönelmeye başlamıştır. Bu çalışmanın amacı; covid-19 döneminde Türkiye'de kuşaklararası farklılıklar dikkate alınarak e-ticaret kullanıcılarının genel profilini belirlemek ve bireylerin e-ticaret eğilimlerini etkileyen sosyo-demografik faktörleri tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda 2021 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması verileri kullanılmış olup (n=30530) bireylerin e-ticaret eğilimleri ikili lojistik regresyon yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre Z, Y ve X kuşaklarında kadınların, bebek patlaması kuşağında ise erkeklerin e-ticarete katılma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Tüm kuşaklarda üniversite mezunu bireylerin internet alışverişi yapma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Aile büyüklüğünün az olması ve aylık gelirin yüksek olması, e-ticarete katılma olasılığını artırmaktadır. Ayrıca, nispeten az gelişmiş bölgeler olan Kuzeydoğu Anadolu ve Ortadoğu Anadolu bölgelerine kıyasla gelişmiş bölgeler olan İstanbul, Batı Marmara, Doğu Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerinde e-ticaret daha çok tercih edilmektedir. Bununla birlikte iş durumu, cep telefonu sahipliği durumu, dizüstü bilgisayar sahipliği durumu, masaüstü bilgisayar sahipliği durumu, tablet bilgisayar sahipliği durumu, e-devlet hizmetleri kullanımı durumu ve internet üzerinden finansal işlemler gerçekleştirme durumu değişkenlerinin e-ticaret üzerinde anlamlı faktörler olduğu tespit edilmiştir.

License



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

Anahtar Kelimeler: Elektronik ticaret, çevrimiçi alışveriş, çevrimiçi satın alma, lojistik regresyon, Covid-19 pandemisi.

oalkan@atauni.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-3814-3539>

yaquiz@cumhuriyet.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-3364-9984>

How to Cite: Alkan Ömer, Bayhan Yağız Can (2023) COVID-19 Pandemic and Use of E-Commerce: Generational Differences, Journal of Economics and Administrative Sciences, 24 (2): 170-185

Giriş

Doğal afetler, savaşlar ve pandemiler gibi stresli ve sıra dışı olaylar, insanları “yeni yaşam koşullarına uyum sağlamak için” uzun vadeli davranışsal değişimlere mecbur bırakmakta, insanların tüketim alışkanlıklarında farklılıklara sebep olmaktadır (Mathur, Moschis, ve Euehun, 2003). Covid-19 pandemisi ile birlikte gelen çeşitli kısıtlamalar tüketicilerin satın alma alışkanlıklarını bozmuş ve süreç içerisinde hızla yeni döneme adaptasyon başlamıştır (Sheth, 2020; Kirk ve Rifkin, 2020). İlgili dönemde tüketiciler evlerinden dışarı çıkamadığı için müşteri satıcıya değil, satıcı müşteriye ulaşmak için çabalamış ve covid-19 pandemisi küresel ticareti birçok yönden etkisi altına almıştır (Viu-Roig ve Alvarez-Palau, 2020; Sardjono, Selviyanti, Mukhlis, ve Tohir, 2021). Hızla artan nüfus ve küreselleşmenin etkileriyle hâlihazırda büyümekte olan e-ticaret sektörü covid-19 döneminde büyük bir ivme kazanmış, dünya genelinde e-ticarete katılımı eşi görülmemiş bir artış yaşanmıştır (Villa ve Monzon, 2021; Agus, Yudoko, Mulyono, ve Imaniya, 2021). Salgının etkisiyle 2020 yılında dünyada internet kullanan her beş kişiden dördü e-ticareti deneyimlemiş ve küresel e-ticaret hacmi 2019 yılına kıyasla %26 artarak 4,3 trilyon dolara ulaşmıştır (TUBISAD, 2021).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de e-ticaret sektörü covid-19 döneminde büyük bir gelişim göstermiş ve tüketicilerin evde bulunma sürelerinin artması sebebiyle e-ticaret, insan hayatında önemli bir konuma yükselmiştir (Yılmaz ve Bayram, 2020). 2020 yılı itibarıyla 37,2 milyon kullanıcı sayısına ulaşan ve yıllar itibarıyla bu sayının artacağı tahmin edilen Türkiye’de (Monks, 2020); 2016-2020 yılları arasında gerçekleşen e-ticaret harcamalarının enflasyon etkisinden arındırıldığında yaklaşık 3,2 kat artış göstererek 2020 değerleriyle 226,2 milyar TL’ye ulaştığı tespit edilmiştir (TUSİAD, 2021). Bununla beraber covid-19 döneminde Türkiye’de bireylerin kişi başına düşen internet harcamasının kişi başına düşen GSYH içerisinde aldığı pay da yükselerek 303 dolar seviyesine ulaşmıştır (Monks, 2020). İlgili oranda covid-19 öncesi döneme kıyasla dünya ortalamasının altında kalan Türkiye, 2020 yılında dünya ortalamasının üzerine çıkarak 94 ülke arasında 23. sıraya yükselmiş ve olgun pazarlar arasında yerini almıştır (TUSİAD, 2022). Türkiye’de e-ticaretin gelişmesi yalnızca tüketici tarafı ile sınırlı kalmamaktadır. Covid-19 öncesi ile kıyaslandığında Türkiye’de e-ticaret faaliyeti gösteren işletme sayısında dört kat artış yaşanmış ve ayrıca ilgili işletmelerin %75’i toplam satışlarını artırdıklarını belirtmişlerdir (TUBISAD, 2021). Ayrıca covid-19 döneminde e-ticaret destekli istihdamın toplam istihdam içindeki payının %7,2’ye ulaştığı Türkiye’de, devletin 2020 yılında elde ettiği toplam gelirlerin yaklaşık %6’sına e-ticaret katkı sunmuştur (TUBISAD, 2021; Gelir İdaresi Başkanlığı, 2022). Bununla beraber Avrupa’nın en genç ülkesi olan Türkiye, belirtilen yönlerine ek olarak gelecek yıllarda dünyada e-ticaret büyüme beklentisinin en yüksek olduğu ülkelerden biri olması yönüyle de dikkat çekmektedir (JPMORGAN, 2020).

E-ticaretin gelişimine paralel olarak piyasadaki rekabet de güçlenmekte ve bu sebeple pazarda tutunmak

isteyenlerin kullanıcı ihtiyaçlarını ve bireylerin e-ticaret davranışlarını iyi anlaması gerekmektedir (McIntosh, ve ark., 2021; Lv, Wang, Huang, Wang, ve Wang, 2020). E-ticaret, farklı ürünlerin karşılaştırılabilirliği, zaman tasarrufu, detaylı fiyat araştırması, promosyon veya indirimde anında erişim ve gece-gündüz alışveriş imkanı gibi kullanım kolaylıkları sunduğu için cazip olsa bile (Braholli, 2022), müşterilerin e-ticaret davranışları birçok faktöre bağlı olarak değişkenlik gösterdiği için şirketler kullanıcıların çoklu ihtiyaçlarına cevap verebilmeli ve müşteri profilini doğru şekilde tespit etmelidir (Varzaru, Bocean, Rotea, ve Bydica-lacop 2021). Literatürde müşteri davranışlarının; psikolojik koşullar, kişilik, alınan ürünün kalitesi, hangi e-ticaret platformunun kullanıldığı, ilgili platformun güvenliği gibi dışsal faktörlere ve bireylerin sosyo-demografik özelliklerinin dahil olduğu içsel faktörlere göre değiştiği bilinmektedir (Lukomska-Szarek, Martynko, ve Warzecha, 2021; Agus, ve ark., 2021; Camilleri, 2021; McIntosh, ve ark., 2021; Singh ve Raj, 2016; Kalia, 2017; Hou ve Elliott, 2021; Chang ve Zhu, 2007).

Sosyo-demografik özellikler arasında bireylerin e-ticaret davranışlarının en çok farklılaştığı özelliklerden biri, bireylerin bağlı olduğu nesil veya kuşaklarıdır (Brand, Rausch, ve Brandel, 2022). Bir kuşak; aynı siyasi, sosyal ve ekonomik olaylara maruz kalan ve döneminin değerlerine, inançlarına ve tutumlarına karşı ortak bir bilinçle sahip, benzer yaşta bireylerden oluşmaktadır (Pilcher, 1994). Farklı karakteristikler gözlendiği için kuşaklararası tüketici davranışlarında ve bireylerin internet kullanımlarında farklılık görülmesi muhtemeldir (Stefko, Bacik, Fedorko, ve Olearova, 2022; Melovic, Sehovic, Karadz, Dabic, ve Cirovic, 2021). Literatürde bireylerin e-ticarete olan eğilimleri ve e-ticaret davranışları üzerine yapılan çalışmalarda bireylerin kuşaklarına bağlı olarak; internetten bilgi arama davranışlarının (Zhitomirsky-Geffet ve Blau, 2017; Bacik, Fedorko, Olearova, ve Horvath, 2017; Topaktaş, 2021), dijital yetkinlik seviyelerinin (Debicka, Gutowski, ve Borodo, 2019), dijital cihaz kullanımlarının (Bacik, Gavurova, Fedorko, ve Olearova, 2020), finansal davranışlarının (Anbar, 2020), e-ticarete olan güvenlerinin (Sahney, Ghosh, ve Shrivastava, 2013) ve bireylerin e-ticaret risk algılarının (Çil ve Çevik, 2022) farklılaştığı tespit edilmiştir. Öyle ki son zamanlarda yapılan çalışmalarda e-ticaret sitelerine ilişkin arayüzlerin kuşaklararası farklılıklar dikkate alınarak hazırlanması gerektiği (Shadrina ve Arviansyah, 2018; McIntosh, ve ark., 2021) ve ilgili siteler hazırlanırken kuşakların eğlence motivasyonlarına dikkat edilmesi gerektiği belirtilmiştir (Vasilcovschi, 2018).

E-ticarette yeni bir müşteri kazanmak çoğu zaman daha maliyetli olacağı için (Lu, Ye, ve Yan, 2018), e-ticaret sağlayıcıları için en zor iş mevcut müşteriyi elde tutmaktır (Singh ve Raj, 2016). Ancak covid-19 dönemi ile birlikte görülen olağanüstü durumlar sebebiyle e-ticareti daha önce deneyimlememiş bireylerin mecburiyetten e-ticarete katıldığı bilinmekte ve ilgili bireylerin bir kısmının e-ticarette kalıcı olacağı tahmin edilmektedir (Campisi,

Russo, Tesoriere, Bouhouras, ve Basbas, 2021; Nguyen, Le, ve Ha, 2021; OECD, 2020). Japonya'da yapılan bir çalışmada covid-19 salgınının hemen ardından bireylerin evde kalma sürelerinin arttığı ve alışveriş için dışarı çıkma sıklıklarının düştüğü gözlemlenmiştir. Ancak pandeminin etkileri azaldıkça bireylerin alışveriş için dışarı çıkma sıklıklarında artış olmasına rağmen eski düzeylere ulaşmadığı, e-ticarete katılan bazı bireylerin alışveriş alışkanlıklarının değiştiği tespit edilmiştir (Kawasaki, Wakashima, ve Shibasaki, 2021). OECD raporunda ise covid-19 krizi ile birlikte e-ticaret kullanıcı profilinde bazı değişiklikler olduğu, yaşlı kesimler başta olmak üzere farklı bireylerin e-ticarete yöneldiği belirtilmiştir (OECD, 2020).

Tüm bu gelişmeler ve bilgiler göz önüne alındığında Türkiye'deki bireylerin covid-19 dönemi ve kuşaklararası farklılıklar dikkate alınarak e-ticaret eğilimlerinin ulusal çapta incelenmesinin gerekliliği doğmuştur. Bu çalışmanın amacı; covid-19 döneminde Türkiye'de kuşaklararası farklılıklar dikkate alınarak e-ticaret kullanıcılarının genel profilini belirlemek ve bireylerin e-ticaret eğilimlerini etkileyen sosyo-demografik faktörleri tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda 2021 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması verileri kullanılmış ve bireylerin e-ticaret eğilimleri ikili lojistik regresyon yöntemiyle incelenmiştir.

Literatür Özeti

İnternet üzerinden ürün satın almak çoğu tüketici için büyük bir yenilik olarak kabul edilmektedir. Yapılan birçok çalışmada tüketicilerin internet satın alımlarını neyin etkilediğini anlamak için alışveriş yapanlarla yapmayanlar arasındaki farklılıklarla odaklanılmaktadır. Bu farklılıklar; bireylerin hem demografik ve psikografik özelliklerine göre hem de e-ticaret platformlarının güvenlik, yenilik ve ürün çeşitliliği gibi birçok özelliğine bağlı olarak değişebilmektedir (Abdul-Muhmin ve Al-Abdali, 2011). Bireylerin demografik özellikleri ele alınıp cinsiyet açısından değerlendirildiğinde, erkeklerin kadınlara göre e-ticareti kullanma alışkanlığının daha yüksek olduğu söylenebilir (Escobar-Rodríguez, Grávalos-Gastaminza, ve Pérez-Calañas, 2017; Vicente, 2015). Ayrıca sosyal farklılıklar, cinsiyet ve e-ticaret alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi farklılaştırabilir. Kapalı toplumlarda kadınlar e-ticareti erkeklere göre daha fazla kullanabilmektedir (Alqahtani, Goodwin, ve Vries, 2018). Eğitim, teknolojik yeniliklere olan yaklaşımları farklılaştırabilir (Awa, Baridam, ve Nwibere, 2015). İyi eğitilmiş bireyler genellikle internet alışverişi yapmaktadır (Cristóbal-Fransi, Martín-Fuentes, ve Daries-Ramon, 2015). Çevrimiçi alışverişi etkileyen diğer bir demografik faktör gelirdir (Hashim, Ghani, ve Said, 2009). Bireyin artan geliri internet alışverişi üzerinde pozitif etkiye sahiptir (Burkolter ve Kluge, 2011). Yeni teknolojilere daha aşina olan bireyler e-ticareti daha çok kullanmaktadır (Alqahtani, ve ark., 2018). Bu faktörlere ek olarak internet alışverişi yapan bireylerin kolaylığa önem veren, yenilikçi, çeşitlilik arayan ve reklamcılığa karşı olumlu tutumları olan kişiler olduğu söylenebilir (Lim ve Cham, 2015).

Türkiye'de yapılan çalışmalar incelendiğinde; Abar ve Alkan (2020), tarafından yapılan çalışmada 2018 yılında bireylerin internet üzerinden mal ve hizmet satın alma veya sipariş etmelerinde etkili olabilecek sosyo-ekonomik ve demografik özellikler çok değişkenli probit regresyon yöntemiyle incelenmiştir. Ulusal çapta yapılan ve örneklem hacminin 28.888 olduğu çalışmada, bireylerin sahip olduğu teknolojik ürün sayısı (cep telefonu, bilgisayar, tablet vb.), gelir, cinsiyet, çalışma ve eğitim durumlarının e-ticaret yapma olasılığı üzerinde anlamlı faktörler olduğu tespit edilmiştir. Alkan, Küçüköğlü ve Tutar (2021), tarafından yapılan çalışmada 2014-2018 yılları arasında Türkiye'de bireylerin e-ticaret kullanımını etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla çok terimli lojistik ve çok terimli probit regresyon analizleri yapılmıştır. Örneklem hacminin 129.643 olduğu çalışmada anket yılı, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek, gelir düzeyi, ikamet bölgesi ve hane halkı büyüklüğü değişkenlerinin anlamlı olduğu tespit edilmiş, e-ticaret kullanımının Türkiye'de giderek yaygınlaştığı belirtilmiştir. Ulusal çapta yapılan başka bir çalışmada bireylerin eğitim düzeylerindeki farklılıklar dikkate alınarak e-ticareti etkileyen faktörler ikili lojistik regresyon yöntemiyle incelenmiştir. 2019 yılına ait verilerin kullanıldığı ve örnek hacminin 18.031 olduğu çalışmada; gelir düzeyi, yaş, cinsiyet, meslek, ikamet bölgesi, sosyal medya kullanımı, internet bankacılığı kullanımı, e-devlet kullanımı, hanedeki bilgi donanımı sayısı ve hanedeki kişi sayısı değişkenlerinin e-ticaret kullanımı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Ünver ve Alkan, 2021). Türkiye'de hanehalklarına yapılan başka bir çalışmada lojistik regresyon yönteminden elde edilen sonuçlara göre eğitim, yaş, medeni durum, çalışma durumu, gelir, hayat sigortası sahipliği, kredi kartı kullanımı, otomobil sahipliği ve anketin yapıldığı yıl gibi faktörlerin hanelerin çevrimiçi alışveriş davranışlarını etkilediği tespit edilmiştir (Karaaslan, 2021). Son zamanlarda yapılan başka bir çalışmada, covid-19 döneminde Kahramanmaraş ilinde kuşaklararası farklılıklar dikkate alınarak e-ticareti etkileyen faktörler incelenmiştir. Örnek hacminin 384 olduğu çalışmada; cinsiyet, medeni durum, eğitim, ailedeki birey sayısı, hanehalkı geliri, e-ticaret deneyimi ve alışveriş sıklığı değişkenlerinin bireylerin e-ticareti tercih etme durumları üzerinde anlamlı faktörler olduğu tespit edilmiştir (Gürün ve Tümer İkikat, 2021). Bununla beraber Çizelge 1'de farklı ülkelerde yapılan çalışmalar yönelik başlıca bulguları içeren özet bilgiler sunulmuştur.

Çizelge 1'de gösterilen çalışmalar incelendiğinde; bazı farklılıklar olsa bile genel olarak e-ticaret kullanıcılarının erkek, yüksek gelirli, eğitilmiş, genç, teknolojik gelişmeleri yakından takip eden, internet kullanımını yalnızca e-ticaret ile sınırlı tutmayan, yenilikçi ve meraklı bireyler olduğu söylenebilir.

Veri Seti ve Yöntem

2021 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 15 yaş ve üzeri 30.530 kişiye uygulanmıştır.

Çizelge 1. E-Ticaret Kullanımıyla İlgili Farklı Ülkelerde Yapılan Çalışmalar

Table 1. Summary of Findings on the Use of E-Commerce by Country

Yazarlar	Ülke/ Örneklem	Başlıca Bulgular
Vicente, 2015	Avrupa Birliği/ 24.961	Bu çalışmada çok değişkenli lojistik regresyon yöntemiyle tüketiciden tüketiciye e-ticaretin belirleyicileri tespit edilmiştir. Alıcı ve satıcılar demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Satıcılar düşük eğitilmiş, işsiz, düşük gelirli bölgelerde yaşayan ve interneti kullanma çeşitliliği az olan bireylerdir. Alıcılar ise yüksek eğitilmiş, çalışan, sosyal ağ kullanıcısı olan ve yüksek gelirli bölgelerde yaşayan bireylerdir. Kadınlar hem alıcı hem de satıcılarda daha az eğilim göstermektedir.
Ayob, 2021	Güneydoğu Asya Uluslar Birliği/ 5.870	Son 12 ay içinde internetten alışveriş yapma durumunu etkileyen faktörler sıradan en küçük kareler yöntemi ile incelenmiştir. Genç yaşta, eğitilmiş, çalışan ve yüksek gelirli bireyler e-ticaret kullanımına daha çok yatkındır.
Hossein, ve ark., 2017	Bangladeş/ 600	Bangladeş'in kırsal kesimlerinde e-ticaret kullanımını etkileyen faktörler çok değişkenli lojistik regresyon yöntemi ile incelenmiştir. Cep telefonu kullanan, bilgisayar kullanan, mobil bankacılık kullanan, sosyal medya kullanan, 30 yaşından büyük, çalışan, aile geliri yüksek bireyler e-ticaret kullanımına daha çok yatkındır.
Ramírez-Correa, Grandón, ve Arenas-Gaitán, 2019	Şili/ 788	Psikografik ve demografik faktörlerin e-ticaret tutumları üzerine etkileri kısmi en küçük kareler yöntemiyle incelenmiştir. Cinsiyet ve kuşaklararası farklılıklara bağlı olarak alışveriş davranışları farklılık göstermektedir.
Stranahan ve Dorota, 2007	ABD/ 512	Probit regresyon yönteminin kullanıldığı bu çalışmada; bireylerin çoğunlukla tanıdık e-ticaret sitelerinden alışveriş yaptığı ve tanıdık/tanıdık olmayan sitelerden yapılan alışverişlerin demografik özelliklere göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Genç, eğitilmiş, yüksek gelirli ve kırsal alanlarda yaşayanlar e-ticareti daha çok kullanmaktadır. Ayrıca bireylerin etnik kökenlerine göre farklılıklar bulunmaktadır.
Koyuncu ve Lien, 2003	ABD/ 8717	Lojistik regresyon yönteminin kullanıldığı bu çalışmada; bireylerin yaş, eğitim ve internet kullanım sıklığına bağlı olarak e-ticaret eğilimleri değişkenlik göstermektedir. Güvenli internetin olduğu bölgelerde e-ticaret daha çok yaygındır. Eşcinsel ve biseksüel bireyler e-ticarete daha çok yatkındır.
Vrechopoulos, Siomkos, ve Doukidis, 2001	Yunanistan/ 500	Çoğunluklar erkek, 25-44 yaş aralığında, üniversite/ lisansüstü mezunu, bekâr, bilim insanı/ özel sektörde çalışanları/ serbest çalışan bireyler e-ticaret kullanıcılarının genel özellikleridir.
Jain ve Jain, 2011	Hindistan/ 431	Bu çalışmada bireylerin geçmişteki satın alma sıklıklarını ve gelecekte e-ticaret yapma eğilimlerini etkileyen faktörler çoklu regresyon yöntemiyle tespit edilmiştir. Regresyon modellerinden elde edilen sonuçlara göre; cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyinin alışveriş sıklığı üzerinde, gelecekte yapılacak bir alışverişte ise eğitim düzeyinin anlamlı faktörler olduğu tespit edilmiştir.
Hasyati, 2017	Endonezya/ 300.000	Bu çalışmada e-ticaret kullanıcıları arasındaki demografik ve sosyoekonomik farklılıklar incelenmiştir. Probit regresyon yönteminden elde edilen sonuçlara göre; kadınların, 25-64 yaş arasındaki ve hizmet sektöründe çalışan bireylerin e-ticaret eğiliminin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yüksek eğitilmiş bireylere kıyasla düşük eğitilmiş bireylerin e-ticaret eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.
Abdul-Muhmin ve Al-Abdali, 2011	Suudi Arabistan/ 1.637	Bireylerin e-ticaret eğilimleri lojistik regresyon yöntemiyle incelenmiştir. Cinsiyete göre farklılık bulunmayan çalışmada; yaşlı olan, yüksek eğitilmiş ve yüksek gelirli bireylerin e-ticarete daha çok eğilimli olduğu tespit edilmiştir.
Lissitsa ve Kol, 2021	İsrail/ 1241	Bu çalışmada kuşaklararası farklılıklar dikkate alınarak bireylerin kişilik özellikleri ile mobil e-ticaret eğilimleri arasındaki ilişki çoklu doğrusal regresyon yöntemiyle incelenmiştir. Bireylerin kişilik özelliklerinin kuşaklara göre anlamlı ölçüde farklılaştığı çalışmada; Z ve bebek patlaması kuşaklarındaki kadınların erkeklerle kıyasla m-ticaret eğilimlerinin daha yüksek olduğu, gelir ve ikamet bölgesi değişkenlerinin tüm kuşaklarda anlamsız olduğu tespit edilmiştir.
Hou ve Elliott, 2021	ABD/ 937	Bu çalışmada tüketici demografisinin ve motivasyonlarının mobil alışveriş üzerindeki etkileri çoklu doğrusal regresyon yöntemiyle incelenmiştir. Sonuçlara göre; erkeklerin m-ticarette daha çok para harcadığı, genç, eğitilmiş ve yüksek gelirli bireylerin daha sık m-ticaret satın alımı yaptığı tespit edilmiştir. Ayrıca bireylerin mobil ticarete kolay kullanım, yenilikçilik, kolaylık ve zevk arayışları, ilgili bireylerin harcama miktarları ve satın alım sıklıkları üzerinde etkilidir.
Lukomska- Szarek, Martynko, ve Warzecha, 2021	Polonya/ 437	Bu çalışmada tüketicilerin pandemi öncesi ve pandemi sırasında e-ticaret davranışları ve motivasyonları Ki-Kare bağımsızlık testi ile karşılaştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre 45 yaşından büyük bireylerin pandemi öncesi döneme kıyasla pandemi döneminde e-ticaret davranışlarının farklılaştığı tespit edilmiştir. Ayrıca bireylerin cinsiyetlerine göre e-ticarete olan olumlu bakışları pandemi öncesi ve sonrasında göre farklılaştığı, eğitim etkisinin iki dönemde de anlamlı olduğu tespit edilmiştir.
Kalia, 2017	Hindistan/ 308	Satın alma sıklığına etki eden faktörler Ki-Kare bağımsızlık testi yardımıyla incelenmiştir. Bireylerin cinsiyetlerine ve mesleklerine bağlı olarak e-ticaret satın alma sıklıklarının farklılık gösterdiği, ancak bireylerin ikamet bölgeleri, eğitim düzeyleri, yaşları, gelirleri ve medeni durumlarına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.
Singh ve Raj, 2016	Hindistan/ 178	Çalışmaya konu olan bireyler "çok nadiren alışveriş yapanlar", "sık alışveriş yapanlar" ve "seyrek alışveriş yapanlar" olmak üzere üç gruba ayrılmış ve ilgili bireylerin birbirlerinden farklılıkları karar ağaçları yardımıyla incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre kentsel ve gelişmiş bölgelerde yaşayan, ailesine maddi açıdan bağımlı olmayan ve interneti uzun zamandan beri kullanan bireylerin daha sık internet alışverişi yaptığı tespit edilmiştir. Bununla beraber bireylerin meslekleri ve medeni durumları anlamsızdır.
Varzaru, Bocean, ve Rotea, Bydica- lacop 2021	Romanya/ 938	Bu çalışmada covid-19 döneminde tüketicilerin mobil ticaret kullanımına ilişkin davranışsal niyetler ve müşteri memnuniyeti yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Bireylerin kuşakları ve cinsiyetlerine göre davranışsal niyetlerinin farklılaştığı tespit edilen çalışmada, genç nesillerin ve erkek katılımcıların mobil ticareti kullanmaya daha yatkın olduğu tespit edilmiştir.
Cristóbal-Fransi, Martín-Fuentes, ve Daries- Ramon, 2015	İspanya/ 700	Bu çalışmada bireyler faktör analizi ve kümeleme analizi yardımıyla üç bölüme ayrılmıştır. Birinci kesimde bireyler çoğunlukla genç, eğitilmiş, gelir düzeyi yüksek ve interneti çeşitli amaçlar için kullanan, internet alışverişi yapan kişilerdir. İkinci kesimdeki bireyler çoğunlukla düşük gelirli, yaşlı, kadın ve interneti çok az kullanan, internet aktivitesinden kaçınan bireylerdir. Üçüncü kesimdeki bireyler ise orta yaşlı, çoğunlukla üniversite mezunu, ortalamanın üstünde gelire sahip olan ve interneti daha çok iş amaçlı kullanan bireylerdir.

Bu çalışmada covid-19 döneminde katılımcıların özel kullanım amacıyla internet üzerinden yapılan alışverişleri üzerinde etkili olan faktörler araştırılmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak bireyler yaşlarına göre kuşaklara ayrıştırılmıştır. 2000 yılı ve sonrası doğumlu (21 ve altı yaş

grubu) bireyler Z kuşağını, 1980-1999 yılları arasında doğanlar (22-41 yaş grubu) Y kuşağını, 1965-1979 yılları arasında doğanlar (42-56 yaş grubu) X kuşağını ve 1946-1964 yılları arasında doğanlar (57-75 yaş grubu) ise bebek patlaması kuşağını temsil etmektedir (Bölen, 2017).

Çizelge 2. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması-Düzyey 1

Table 2. Statistical Regional Units Classification- Level 1

Kod	Düzyey 1	İller
TR1	İstanbul	İstanbul
TR2/ TR4	Batı Marmara/ Doğu Marmara	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Balıkesir, Çanakkale, Bursa, Eskişehir, Bilecik, Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TR3	Ege	İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
TR5/ TR7	Batı Anadolu/ Orta Anadolu	Ankara, Konya, Karaman, Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Sivas, Yozgat
TR6	Akdeniz	Antalya, Isparta, Burdur, Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TR8/ TR9	Batı Karadeniz/ Doğu Karadeniz	Zonguldak, Karabük, Bartın, Kastamonu, Çankırı, Sinop, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya, Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
TRA/ TRB	Kuzeydoğu Anadolu/ Doğu Anadolu	Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan, Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli, Van, Muş, Bitlis, Hakkâri
TRC	Güneydoğu Anadolu	Gaziantep, Adıyaman, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Batman, Şırnak, Siirt

Çizelge 3. E-Ticaret Kullanımını Etkileyen Faktörlere İlişkin Betimleyici İstatistikler

Table 3. Descriptive Statistics on Factors Affecting E-Commerce Usage

Değişkenler		Z kuşağı		Y kuşağı		X kuşağı		Bebek Patlaması K.	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	1807	50,4	5998	48,8	4224	50,2	3051	48,8
	Kadın	1777	49,4	6281	51,2	4196	49,8	3196	51,2
Eğitim düzeyi	Bir okul bitirmede/ İlkokul	146	4,1	2823	23	4724	56,1	4637	74,2
	Ortaokul	1687	47,1	2275	18,5	943	11,2	432	6,9
	Lise	1647	46	3217	26,2	1450	17,2	657	10,5
	Üniversite	104	2,9	3964	32,3	1303	15,5	521	8,3
İş durumu	Ücretli, maaşlı veya yevmiyeli	498	13,9	5829	47,5	2963	35,2	372	6
	İşveren	5	0,1	252	2,1	210	2,5	65	1
	Kendi hesabına/irad sahibi	32	0,9	628	5,1	832	9,9	389	6,2
	Ücretsiz aile işçisi	102	2,8	235	1,9	200	2,4	117	1,9
Cep telefonu sahipliği	Çalışmıyor	2947	82,2	5335	43,4	4215	50,1	5304	84,9
	Evet	3211	89,6	11839	96,4	7975	94,7	5396	86,4
E-devlet hizmetleri kullanımı	Hayır	373	10,4	440	3,6	445	5,3	851	13,6
	Evet	2519	70,3	9100	74,1	4390	52,1	1271	20,3
Finansal işlemler gerçekleştirme	Hayır	1065	29,7	3178	25,9	4029	49,9	4976	79,7
	Evet	128	3,6	1901	15,5	850	10,1	189	3
Hanehalkı büyüklüğü	1-3 kişi	3456	96,4	10378	84,5	7570	89,9	6058	97
	4-5 kişi	691	19,3	4587	37,4	3664	43,5	4957	79,4
	6 ve üzeri	1883	52,5	5849	47,6	3640	43,2	899	14,4
Masaüstü bilgisayar sahipliği	6 ve üzeri	1010	28,2	1843	15	1116	13,3	391	6,3
	Evet	805	22,5	2074	16,9	1787	21,2	673	10,8
Dizüstü bilgisayar sahipliği	Hayır	2779	77,5	10205	83,1	6633	78,8	5574	89,2
	Evet	1569	43,8	5072	41,3	3748	44,5	1379	22,1
Tablet bilgisayar sahipliği	Hayır	2015	56,2	7207	58,7	4672	55,5	4868	77,9
	Evet	1114	31,1	8350	68	2468	29,3	789	12,6
Gelir durumu	Hayır	2470	68,9	3929	32	5952	70,7	5458	87,4
	₺2500 ve altı	893	24,9	2437	19,8	1949	23,1	2613	41,8
	₺2501-₺3500	1063	29,7	3500	28,5	2115	25,1	1311	21
	₺3501-₺5700	834	23,3	2891	23,5	2065	24,5	1235	19,8
	₺5701 ve üstü	794	22,2	3451	28,1	2291	27,2	1088	17,4
İkamet bölgesi	TR1	400	11,2	1824	14,9	1114	13,2	614	9,8
	TR2 ve TR4	451	12,6	1766	14,4	1347	16	1097	17,6
	TR3	293	8,2	1214	9,9	1020	12,1	805	12,9
	TR6	392	10,9	1224	10	888	10,5	651	10,4
	TR5 ve TR7	555	15,5	1912	15,6	1370	16,3	958	15,3
	TR8 ve TR9	392	10,9	1324	10,8	1115	13,2	1099	17,6
	TRC	524	14,6	1484	12,1	686	8,1	376	6
	TRA ve TRB	577	16,1	1531	12,5	880	10,5	647	10,4

Çalışmaya konu olan bireyler kuşaklara göre sınıflandırıldıktan sonra e-ticaret üzerinde etkili olan sosyo-demografik faktörlerin tespiti için dört farklı ikili lojistik regresyon modeli oluşturulmuştur. Normal dağılım, doğrusallık ve varyans-kovaryans matrislerinin eşitliği gibi varsayımların karşılanmadığı durumda uygulanabilen ve bu yönüyle diskriminant ve çoklu regresyon yöntemlerden daha esnek olan ikili lojistik regresyon yönteminin; bağımlı değişkenin iki kategoriden oluştuğu durumlarda kullanılan ve bireyleri iki farklı gruba ayırarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin tahminini araştırmanın bir yöntem olduğu söylenebilir (Alkan ve Demir, 2019).

Çalışmanın bağımlı değişkeni, covid-19 döneminde “İnternet üzerinden (Web siteleri veya mobil uygulamalar) özel kullanım amacıyla zaman mal/ hizmet satın alma ya da

sipariş verme (e-posta, SMS ve MMS ile verilen siparişler hariç) işlemi yaptınız mı?” sorusu ile ölçülen bireylerin elektronik ticaret kullanım durumudur.

Bağımsız değişkenler; cinsiyet (erkek, kadın), eğitim düzeyi (bir okul bitirmedi/ilkokul, ortaokul, lise, üniversite), iş durumu (ücretli/maaşlı/yevmiyeli, işveren, kendi hesabına/irad sahibi, ücretsiz aile işçisi/çalışmıyor), cep telefonu sahipliği, masaüstü bilgisayar sahipliği, dizüstü bilgisayar sahipliği, tablet bilgisayar sahipliği, e-devlet hizmetleri kullanımı (evet, hayır), internet üzerinden finansal işlemler gerçekleştirme durumu (evet, hayır), katılımcıların hane halkı büyüklükleri (1-3 kişi, 4-5 kişi, 6 ve üzeri), gelir durumu (₺2500 ve altı, ₺2501-₺3500, ₺3501-₺5700, ₺5701 ve üstü) ve bireylerin ikamet ettiği bölgelerdir.

Çizelge 4. E-Ticaret Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Çoklu Doğrusal Bağlantı Tespitine İlişkin Bulgular

Table 4. Findings on Multicollinearity Detection of Factors Affecting E-Commerce Usage

Değişkenler		Z kuşağı		Y kuşağı		X kuşağı		Bebek Patlaması Kuşağı	
		VIF	1/VIF	VIF	1/VIF	VIF	1/VIF	VIF	1/VIF
Cinsiyet	Erkek	1,13	0,884	1,43	0,699	1,48	0,675	1,22	0,818
	Kadın	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Eğitim düzeyi	Bir okul bitirmedi/ ilkokul	1,11	0,9	1,85	0,541	2,8	0,357	3,19	0,313
	Ortaokul	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	Lise	1,2	0,834	1,88	0,53	2,14	0,466	2,31	0,433
	Üniversite	1,08	0,923	2,47	0,404	2,37	0,422	2,34	0,427
İş durumu	Ücretli, maaşlı veya yevmiyeli	1,14	0,88	1,67	0,597	1,6	0,623	1,1	0,906
	İşveren	1,01	0,987	1,11	0,898	1,13	0,886	1,04	0,958
	Kendi hesabına/irad sahibi	1,03	0,975	1,18	0,844	1,28	0,781	1,09	0,92
	Ücretsiz aile işçisi	1,03	0,967	1,04	0,961	1,05	0,953	1,02	0,981
Cep telefonu sahipliği	Çalışmıyor	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	Evet	1,34	0,745	1,11	0,903	1,09	0,913	1,11	0,903
E-devlet hizmetleri kullanımı	Hayır	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	Evet	1,29	0,774	1,38	0,724	1,49	0,67	1,51	0,662
Finansal işlemler gerçekleştirme	Hayır	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	Evet	1,05	0,956	1,16	0,863	1,18	0,849	1,14	0,874
Hanehalkı büyüklüğü	Hayır	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	1-3 kişi	1,58	0,631	2,66	0,376	2,91	0,343	3,32	0,301
	4-5 kişi	1,63	0,611	2,37	0,421	2,67	0,374	2,93	0,34
Masaüstü bilgisayar sahipliği	6 ve üzeri	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	Evet	1,1	0,905	1,06	0,946	1,08	0,926	1,16	0,864
Dizüstü bilgisayar sahipliği	Hayır	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	Evet	1,34	0,747	1,41	0,706	1,32	0,759	1,42	0,705
Tablet bilgisayar sahipliği	Hayır	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	Evet	1,09	0,915	1,09	0,918	1,18	0,846	1,24	0,809
Gelir durumu	Hayır	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	₺2500 ve altı	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
	₺2501-₺3500	1,63	0,614	1,85	0,539	1,67	0,6	1,23	0,81
	₺3501-₺5700	1,66	0,601	1,95	0,513	1,77	0,565	1,39	0,721
	₺5701 ve üstü	1,89	0,527	2,56	0,391	2,31	0,433	1,83	0,545
İkamet bölgesi	TR1	1,76	0,566	2,03	0,492	2,2	0,455	1,89	0,528
	TR2 ve TR4	1,79	0,558	1,99	0,503	2,32	0,43	2,32	0,431
	TR3	1,53	0,655	1,72	0,582	2,03	0,491	2,04	0,49
	TR6	1,61	0,62	1,68	0,594	1,89	0,53	1,84	0,543
	TR5 ve TR7	1,87	0,535	2,02	0,495	2,29	0,437	2,19	0,457
	TR8 ve TR9	1,64	0,608	1,74	0,575	2,08	0,479	2,28	0,438
	TRC	1,65	0,606	1,75	0,572	1,66	0,479	1,5	0,666
	TRA ve TRB	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.

VIF: Variance Inflation Factor (Varyans Şişirme Faktörü)

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması adı altında Türkiye, Düzey 1'de 12 bölgeye ayrılmıştır. Analizde daha anlamlı sonuçlar çıkması için bazı bölgeler birleştirilerek 8 bölgede ifade edilmiştir (Alkan ve Ünver, 2020). Bu bölgeler ve bu bölgelerde yer alan iller Çizelge 2'de detaylı olarak gösterilmiştir.

Bulgular

Betimleyici İstatistikler

Çalışmaya konu olan 30530 kişi kuşaklarına göre incelendiğinde; Z kuşağında 3584 kişi, Y kuşağında 12279 kişi, X kuşağında 8420 kişi ve bebek patlaması kuşağında

6247 kişi olduğu görülmektedir. Çizelge 3'te çalışmaya konu olan bireylere ilişkin betimsel istatistikler gösterilmiştir.

Çizelge 3'te bireylerin eğitim düzeyleri incelendiğinde; Z kuşağındaki katılımcıların çoğunun ortaokul ve lise mezunu olduğu, Y kuşağındaki katılımcıların çoğunun üniversite mezunu olduğu, X ve bebek patlaması kuşaklarındaki katılımcıların çoğunun ise bir okul bitirmemiş/ilkokul mezunu bireyler olduğu görülmektedir. Katılımcılar iş durumlarına göre incelendiğinde; Z, X ve bebek patlaması kuşaklarındaki katılımcıların çoğunun çalışmayan kişilerden oluştuğu görülmektedir. Bununla beraber kuşak farkı olmaksızın cep telefonu kullanımının yaygın olduğu ve özellikle Z ve Y kuşaklarında e-devlet hizmetleri kullanımının fazla olduğu göze çarpmaktadır.

Çizelge 5. İkili Lojistik Regresyon Modellerinin Tahmin Sonuçları

Table 5. Estimation Results of Binary Logistic Regression Models

Değişkenler	Z Kuşağı	Y Kuşağı	X kuşağı	Bebek Patlaması K.
	β (S.H.)	β (S.H.)	β (S.H.)	β (S.H.)
Cinsiyet (referans kategori: Kadın)				
Erkek	-0,338(0,096) ^a	-0,286(0,061) ^a	-0,203(0,078) ^a	0,34(0,144) ^b
Eğitim düzeyi (referans kategori: Ortaokul)				
Bir okul bitirmede/ İlkokul	-0,494(0,261) ^c	-0,886(0,073) ^a	-0,405(0,104) ^a	-0,675(0,249) ^a
Lise	0,911(0,097) ^a	0,734(0,069) ^a	0,797(0,109) ^a	0,516(0,249) ^b
Üniversite	1,269(0,347) ^a	1,32(0,085) ^a	1,434(0,121) ^a	1,1(0,248) ^a
İş durumu (referans kategori: Çalışmıyor)				
Ücretli, maaşlı veya yevmiyeli	0,505(0,151) ^a	0,336(0,064) ^a	0,478(0,081) ^a	0,406(0,191) ^b
İşveren	0,778(1,17)	0,513(0,209) ^b	0,904(0,209) ^a	0,147(0,443)
Kendi hesabına/irad sahibi	0,136(0,609)	0,136(0,12)	0,254(0,121) ^b	0,568(0,251) ^b
Ücretsiz aile işçisi	0,156(0,244)	-0,048(0,175)	-0,769(0,399) ^c	-0,224(1,173)
Cep telefonu sahipliği (referans kategori: Hayır)				
Evet	1,41(0,182) ^a	1,042(0,179) ^a	1,07(0,296) ^a	1,621(0,802) ^b
E-devlet hizmetleri kullanımı (referans kategori: Hayır)				
Evet	1,09(0,103) ^a	0,959(0,062) ^a	1,426(0,08) ^a	1,937(0,167) ^a
Finansal işlemler gerçekleştirme (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,922(0,354) ^a	0,704(0,086) ^a	0,916(0,108) ^a	1,238(0,21) ^a
Hanehalkı büyüklüğü (referans kategori: 6 ve üzeri)				
1-3 kişi	0,539(0,143) ^a	0,634(0,083) ^a	0,272(0,124) ^b	0,553(0,394)
4-5 kişi	0,405(0,113) ^a	0,265(0,075) ^a	0,188(0,119)	0,199(0,419)
Masaüstü bilgisayar sahipliği (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,422(0,119) ^a	0,274(0,073) ^a	0,164(0,076) ^b	0,257(0,158)
Dizüstü bilgisayar sahipliği (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,53(0,103) ^a	0,52(0,059) ^a	0,294(0,07) ^a	0,55(0,147) ^a
Tablet bilgisayar sahipliği (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,321(0,103) ^a	0,195(0,059) ^a	0,265(0,072) ^a	0,085(0,16)
Gelir durumu (referans kategori: ₺2500 ve altı)				
₺2501-₺3500	0,282(0,122) ^b	0,193(0,07) ^a	0,263(0,109) ^b	0,28(0,215)
₺3501-₺5700	0,42(0,136) ^a	0,507(0,077) ^a	0,245(0,109) ^b	0,166(0,203)
₺5701 ve üstü	0,36(0,147) ^b	0,626(0,088) ^a	0,289(0,115) ^b	0,32(0,214)
İkamet bölgesi (referans kategori: TRA ve TRB)				
TR1	0,672(0,195) ^a	0,238(0,102) ^b	0,143(0,146)	0,539(0,334)
TR2 ve TR4	0,59(0,179) ^a	-0,01(0,101)	0,188(0,142)	0,535(0,328)
TR3	0,61(0,198) ^a	-0,016(0,108)	0,241(0,145) ^c	0,759(0,33) ^b
TR6	0,811(0,173) ^a	-0,16(0,105)	-0,09(0,155)	0,832(0,346) ^b
TR5 ve TR7	0,275(0,167)	-0,041(0,098)	0,064(0,141)	0,453(0,326)
TR8 ve TR9	0,418(0,185) ^b	0,102(0,107)	-0,034(0,147)	0,191(0,342)
TRC	-0,305(0,163) ^c	-0,34(0,101) ^a	-0,216(0,187)	0,458(0,443)
Sabit terim	-3,1(0,215) ^a	-2,61(0,201) ^a	-4,035(0,33) ^a	-6,758(0,894) ^a

^ap<0,01; ^bp<0,05; ^cp<0,1; S.H: Standart Hata.

Çizelge 3'te yer alan bireylerin hanehalkı büyüklüklerine ilişkin bilgiler incelendiğinde; Z ve Y kuşaklarındaki bireylerin çoğunun 4-5 kişilik hanelerde, X ve bebek patlaması kuşaklarındaki bireylerin çoğunun ise 1-3 kişilik hanelerde yaşadıkları görülmektedir. Ayrıca katılımcıların cep telefonu harici elektronik cihaz sahipliği durumları kuşaklara göre incelendiğinde; masaüstü bilgisayar sahipliği oranının en fazla Z kuşağında, dizüstü bilgisayar sahipliği oranının en fazla X kuşağında ve tablet bilgisayar sahipliği oranının en fazla Y kuşağında olması dikkat çekmektedir. Bununla beraber bebek patlaması kuşağındaki katılımcıların büyük oranda en düşük gelir grubu olan ₺2500 ve altı gelir grubundaki bireylerden oluştuğu, bebek patlaması kuşağındaki katılımcıların ise büyük oranda en yüksek gelir grubu olan ₺5701 ve üstü gelir grubunda olan bireyler olduğu göze çarpmaktadır.

E-ticaret kullanımını etkileyen faktörlerin tespitine ilişkin kuşaklara göre ikili lojistik regresyon modelleri oluşturulmuştur. Oluşturulan modellerde ilk olarak bağımsız

değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı olup olmadığı test edilmiştir. Bu sebeple "varyans şişirme faktörü" (VIF) değerleri hesaplanmış ve Çizelge 4'te gösterilmiştir. Hesaplanan VIF değerlerinin 5 değerinin altında olduğu görülmektedir. Bu sebeple değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununa sebep olan herhangi bir değişkenin bulunmadığı söylenebilir (Karaaslan, Oktay ve Alkan, 2022).

Model Tahmini

Bireylerin covid-19 döneminde e-ticaret kullanımını etkileyen faktörlerin tespiti için seçili bağımsız değişkenlerle ikili lojistik regresyon modelleri oluşturulmuş ve parametre tahmin sonuçları Çizelge 5'te sunulmuştur. Tahmin sonuçları incelendiğinde; cinsiyet, eğitim düzeyi, cep telefonu sahipliği durumu, e-devlet hizmetleri kullanımı durumu, internet üzerinden finansal işlemler gerçekleştirme durumu ve dizüstü bilgisayar sahipliği durumu değişkenlerine ilişkin tüm kategorilerin tüm kuşaklarda anlamlı olduğu dikkat çekmektedir.

Çizelge 6. Tahmin Edilen Modellerin Marjinal Etkileri

Table 6. Marginal Effects of Estimated Models

Değişkenler	Z Kuşağı	Y Kuşağı	X kuşağı	Bebek Patlaması K.
	ME(S.H.)	ME(S.H.)	ME(S.H.)	ME(S.H.)
Cinsiyet (referans kategori: Kadın)				
Erkek	-0,12(0,034) ^a	-0,105(0,022) ^a	-0,14(0,053) ^a	0,311(0,133) ^b
Eğitim düzeyi (referans kategori: Ortaokul)				
Bir okul bitirmede/ İlkokul	-0,233(0,134) ^c	-0,455(0,039) ^a	-0,311(0,078) ^a	-0,635(0,232) ^a
Lise	0,317(0,033) ^a	0,261(0,025) ^a	0,535(0,075) ^a	0,469(0,228) ^b
Üniversite	0,406(0,08) ^a	0,406(0,026) ^a	0,881(0,076) ^a	0,975(0,224) ^a
İş durumu (referans kategori: Çalışmıyor)				
Ücretli, maaşlı veya yevmiyeli	0,168(0,046) ^a	0,123(0,023) ^a	0,331(0,056) ^a	0,368(0,172) ^b
İşveren	0,244(0,304)	0,181(0,067) ^a	0,599(0,126) ^a	0,134(0,404)
Kendi hesabına/irad sahibi	0,049(0,213)	0,052(0,045)	0,181(0,085) ^b	0,513(0,223) ^b
Ücretsiz aile işçisi	0,056(0,085)	-0,019(0,07)	-0,596(0,327) ^c	-0,207(1,09)
Cep telefonu sahipliği (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,653(0,105) ^a	0,462(0,094) ^a	0,811(0,242) ^a	1,532(0,778) ^b
E-devlet hizmetleri kullanımı (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,435(0,046) ^a	0,387(0,028) ^a	1,038(0,062) ^a	1,777(0,154) ^a
Finansal işlemler gerçekleştirme (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,272(0,083) ^a	0,231(0,025) ^a	0,588(0,63) ^a	1,094(0,178) ^a
Hanehalkı büyüklüğü (referans kategori: 6 ve üzeri)				
1-3 kişi	0,194(0,051) ^a	0,234(0,032) ^a	0,191(0,088) ^b	0,51(0,368)
4-5 kişi	0,151(0,043) ^a	0,105(0,03) ^a	0,133(0,085)	0,186(0,392)
Masaüstü bilgisayar sahipliği (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,143(0,038) ^a	0,097(0,024) ^a	0,112(0,052) ^b	0,234(0,143)
Dizüstü bilgisayar sahipliği (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,186(0,035) ^a	0,185(0,02) ^a	0,204(0,049) ^a	0,502(0,134) ^a
Tablet bilgisayar sahipliği (referans kategori: Hayır)				
Evet	0,112(0,043) ^a	0,07(0,021) ^a	0,182(0,049) ^a	0,078(0,146)
Gelir durumu (referans kategori: ₺2500 ve altı)				
₺2501-₺3500	0,107(0,046) ^b	0,078(0,029) ^a	0,186(0,077) ^b	0,256(0,198)
₺3501-₺5700	0,154(0,05) ^a	0,192(0,03) ^a	0,173(0,077) ^b	0,153(0,187)
₺5701 ve üstü	0,134(0,054) ^b	0,232(0,032) ^a	0,203(0,082) ^b	0,293(0,197)
İkamet bölgesi (referans kategori: TRA ve TRB)				
TR1	0,246(0,07) ^a	0,083(0,036) ^b	0,099(0,101)	0,5(0,311)
TR2 ve TR4	0,221(0,066) ^a	-0,004(0,037)	0,13(0,099)	0,496(0,306)
TR3	0,225(0,072) ^a	-0,006(0,04)	0,165(0,101)	0,699(0,307) ^b
TR6	0,288(0,062) ^a	-0,006(0,038)	-0,066(0,11)	0,765(0,321) ^b
TR5 ve TR7	0,11(0,067)	-0,015(0,036)	0,045(0,099)	0,421(0,304)
TR8 ve TR9	0,162(0,071) ^b	0,036(0,038)	-0,024(0,104)	0,178(0,32)
TRC	-0,137(0,073) ^c	-0,134(0,039) ^a	-0,155(0,134)	0,425(0,411)

^ap<0,01; ^bp<0,05; ^cp<0,1; ME: Marjinal Etki; S.H: Standart Hata

Dört farklı kuşak için oluşturulan ve bireylerin covid-19 döneminde e-ticaret kullanımları üzerinde anlamlı olan faktörlere ilişkin hesaplanan marjinal etkiler Çizelge 6'da gösterilmiştir.

Çizelge 6'da sunulan marjinal etkiler bireylerin cinsiyetlerine göre incelendiğinde; Z, Y ve X kuşağındaki erkeklerin kadınlara göre e-ticaret yapma olasılıklarının sırasıyla %12, %10,5 ve %14 daha az, bebek patlaması kuşağındaki erkeklerin kadınlara göre e-ticaret yapma olasılığının ise %31,1 daha fazla olduğu görülmektedir.

İkili lojistik regresyon modellerinden elde edilen sonuçlar bireylerin eğitim düzeylerine göre incelendiğinde eğitim düzeylerinin tüm kuşaklarda anlamlı olduğu göze çarpmaktadır. Z kuşağında olan ve bir okul bitirmeyen/ilkokul mezunu bireylerin ortaokul mezunu bireylere kıyasla internet üzerinden alışveriş yapma olasılığının %23,3 daha az, lise ve üniversite mezunu bireylerin referans gruptaki bireylere kıyasla e-ticaret kullanma olasılıklarının ise sırasıyla %31,7 ve %40,6 daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Benzer bulgular Y, X ve bebek patlaması kuşaklarında da elde edilmiştir.

Bireylerin iş durumlarına göre e-ticaret kullanma olasılıklarının kuşaklara göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Ücretli, maaşlı veya yevmiyeli olarak çalışan bireylerin çalışmayan bireylere göre e-ticaret kullanma olasılıklarının Z, Y, X ve bebek patlaması kuşaklarında sırasıyla %16,8, %12,3, %31,1 ve %36,8 daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber Y ve X kuşaklarındaki işveren bireylerin çalışmayan bireylere göre e-ticaret kullanma olasılıklarının sırasıyla %18,1 ve %59,1 daha fazla olduğu elde edilen bulgular arasındadır. Ayrıca X ve bebek patlaması kuşaklarında olan ve kendi hesabına/irad sahibi çalışanların çalışmayanlara göre e-ticaret kullanma olasılıklarının sırasıyla %18,1 ve %51,3 daha fazla olduğu söylenebilir. Buna ek olarak X kuşağında olan ve ücretsiz aile işçisi olarak çalışan bireylerin çalışmayan bireylere göre e-ticarete katılma olasılığının %59,6 daha az olduğu tespit edilmiştir.

Elde edilen sonuçlar bireylerin cep telefonu sahipliği durumlarına göre incelendiğinde; Z, Y, X ve bebek patlaması kuşaklarında olan ve cep telefonu sahibi olan bireylerin cep telefonu olmayan bireylere kıyasla e-ticarete katılma olasılıklarının sırasıyla %65,3, %46,2, %81,1 ve %153,2 daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

E-devlet hizmetleri kullanımı kuşaklara göre e-ticarete katılımı etkileyen başka bir faktördür. Z, Y, X ve bebek patlaması kuşaklarında olan ve e-devlet hizmetlerini kullanan bireylerin kullanan bireylere göre internet üzerinden alışveriş yapma olasılıklarının sırasıyla %43,5, %38,7, %103,8 ve %177,7 daha fazla olduğu görülmektedir.

Elde edilen bulgular bireylerin internet üzerinden finansal işlemler gerçekleştirme durumlarına göre incelendiğinde; Z, Y, X ve bebek patlaması kuşaklarında olan ve internet üzerinden finansal işlemler gerçekleştiren bireylerin gerçekleştirilmeyen bireylere göre e-ticarete katılma olasılıklarının sırasıyla %27,2, %23,1, %58,8 ve %109,5 daha fazla olduğu elde edilen tespitler arasındadır.

Bireylerin hanehalkı sayısı e-ticaret kullanımı üzerinde anlamlı olan başka bir faktördür. Elde edilen bulgulara göre

Z kuşağında olan ve hanehalkı büyüklüğü 1-3 kişi olan bireylerin hanehalkı büyüklüğü 6 ve üzeri olan bireylere göre e-ticarete katılma olasılığının %19,4 daha fazla, hanehalkı büyüklüğü 4-5 olan bireylerin 6 ve üzeri hanehalkı büyüklüğü olan bireylere kıyasla e-ticarete katılma olasılığının %15,1 daha fazla olduğu söylenebilir. Benzer bulgular Y kuşağı için de elde edilmiştir.

Bireylerin elektronik cihaz kullanım durumları da kuşaklara göre e-ticaret üzerinde etkili olan faktörler arasında yer almaktadır. Z kuşağında olan ve aynı zamanda masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar ve tablet bilgisayar sahibi olan bireylerin, ilgili cihazları olmayan bireylere kıyasla e-ticaret kullanma olasılıkları sırasıyla %14,3, %18,6 ve %11,2 daha fazladır. Ayrıca Y kuşağında olan ve aynı zamanda masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar ve tablet bilgisayar sahibi olan bireylerin, ilgili cihazları olmayan bireylere kıyasla e-ticaret kullanma olasılıkları sırasıyla %9,7, %18,5 ve %7 daha fazladır. Benzer bulgular X kuşağında olan bireyler için de elde edilmiştir. X kuşağında olan ve aynı zamanda masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar ve tablet bilgisayar sahibi olan bireylerin, ilgili cihazları olmayan bireylere kıyasla e-ticaret kullanma olasılıkları sırasıyla %11,2, %20,4 ve %18,2 daha fazladır.

Elde edilen bulgular bireylerin gelir durumlarına göre incelendiğinde; Z kuşağında olan ve sırasıyla ₺2501-₺3500, ₺3501-₺5700 ve ₺5701 ve üstü gelir gruplarında olan bireylerin ₺2500 ve altı gelir grubunda olan bireylere kıyasla e-ticarete katılma olasılıklarının sırasıyla %10,7, %15,4 ve %13,4 daha fazla olduğu söylenebilir. Y kuşağındaki bireylerin e-ticarete katılma durumları gelir gruplarına göre incelendiğinde; ₺2501-₺3500, ₺3501-₺5700 ve ₺5701 ve üstü gelir gruplarında olan bireylerin ₺2500 ve altı gelir grubunda olan bireylere kıyasla e-ticarete katılma olasılıklarının sırasıyla %7,8, %19,2 ve %23,2 daha fazla olduğu elde edilen bulgular arasındadır. Benzer bulgular X kuşağında da elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre X kuşağında olan ve sırasıyla ₺2501-₺3500, ₺3501-₺5700 ve ₺5701 ve üstü gelir gruplarında olan bireylerin ₺2500 ve altı gelir grubunda olan bireylere kıyasla e-ticarete katılma olasılıklarının sırasıyla %18,6, %17,3 ve %20,3 daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Bireylerin ikamet bölgeleri de kuşaklara göre e-ticaret üzerinde etkili olan faktörler arasında yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre Z kuşağındaki bireylerde altı, Y ve bebek patlaması kuşaklarındaki bireylerde ikiye bölge kategorisinin anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca ikamet bölgesi değişkenin X bölgesindeki bireylerde anlamlı olmadığı dikkat çekmektedir. Buna göre Z kuşağında olan ve TR1, TR2/TR4, TR3, TR6 ve TR8/TR9 bölgelerinde yaşayan bireylerin TRA/TRB bölgelerinde yaşayan bireylere göre e-ticaret kullanma olasılıklarının sırasıyla %24,6, %22,1, %22,5, %28,8 ve %16,2 daha fazla olduğu söylenebilir. Bu bulgulara ek olarak yine Z kuşağında olan ve TRC bölgesinde yaşayan bireylerin TRA/TRB bölgelerinde yaşayan bireylere kıyasla e-ticaret kullanma olasılıklarının %13,7 daha az olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Y kuşağı için incelendiğinde; TR1 bölgesinde yaşayan bireylerin referans kategoriye göre e-ticarete katılma olasılıklarının %24,6 daha

fazla, TRC bölgesinde yaşayan bireylerin ise %13,4 daha az olduğu tespit edilmiştir. Son olarak sonuçlar bebek patlaması kuşağı için incelendiğinde; TR3 ve TR6 bölgelerinde yaşayan bireylerin TRA/TRB bölgelerinde yaşayan bireylere kıyasla e-ticaret kullanma olasılıklarının sırasıyla %69,9 ve %76,5 daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

Covid-19 dönemi ile birlikte e-ticaret kullanıcı tabanı yirmili yaşlardaki tipik teknoloji meraklısı genç müşterilerin önüne geçmiş, kullanıcı kitlesi genişlemiştir (Nguyen, ve ark., 2021). Bu çalışmanın amacı; covid-19 döneminde Türkiye’de kuşaklararası farklılıklar dikkate alınarak e-ticaret kullanıcıların genel profilini belirlemek ve bireylerin e-ticaret eğilimlerini etkileyen sosyo-demografik faktörleri tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda 2021 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması verileri kullanılmıştır. İkili lojistik regresyon yönteminden elde edilen sonuçlara göre; cinsiyet, eğitim düzeyi, cep telefonu sahipliği, dizüstü bilgisayar sahipliği, e-devlet hizmetleri kullanımı ve internet üzerinden finansal işlemler gerçekleştirme durumu değişkenlerine ilişkin tüm kategorilerin tüm kuşaklarda anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Sonuçlar cinsiyet açısından değerlendirildiğinde; literatürdeki birçok çalışmanın aksine Z, Y ve X kuşaklarında kadınların internet alışverişi yapma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber bebek patlaması kuşağındaki erkeklerin kadınlara göre e-ticaret kullanma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Sin, Bus, ve Purnamasari (2011), tarafından yapılan öngörü çalışmasında erkeklerin teknolojiden daha fazla haberdar oldukları için e-ticarete daha eğilimli oldukları belirtilmesine rağmen yıllar itibarıyla aradaki farkın kapanmasının beklendiği, en belirgin farklılığın yaşlı kesimde olduğu belirtilmiştir. Japonya’da yapılan bir çalışmada covid-19 pandemisinde tüketici davranışlarının e-ticaret üzerindeki etkileri incelenmiş ve genç yaşlardaki kadınların e-ticareti kullanma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Kawasaki, ve ark., 2021). Genel olarak erkeklerin daha fazla deneyime sahip olduğu donanım, yazılım ve elektronik ürünler gibi kategorilerde erkeklerin satın alma olasılıkları yüksekken, yiyecek, içecek ve giyim gibi kategorilerde kadınlar ön plana çıkmaktadır (Davis, Lang, ve San Diego, 2012). Covid-19 döneminde Türkiye’de internet üzerinden gıda ve süpermarket alışverişlerinde önceki yıla göre %280 artış yaşandığı ve ilgili kategorilerde kadınların ön plana çıktığı göz önüne alındığında, bu bulgunun beklentilere uygun olduğu söylenebilir (TÜSİAD, 2022).

Sonuçlar eğitim açısından ele alındığında, eğitimin her düzeyinin tüm kuşaklarda anlamlı olması ve e-ticaret üzerinde pozitif etkiye sahip olması dikkat çekmektedir. Elde edilen bulgulara göre bir okul bitirmeyen veya ilkökul mezunu olan bireylerin internet alışverişine olan eğilimlerinin düşük olduğu ve eğitim grupları arasındaki en büyük farklılığın ise en yaşlı kuşak olan bebek patlaması kuşağında olduğu tespit edilmiştir. Literatürdeki birçok çalışmada eğitimi kitlenin e-ticarete eğilimli olduğu

kanıtlanmıştır (Ayob, 2021; Jain ve Jain, 2011; Palvia, 2009). Polonya’da yapılan bir çalışmada pandemi öncesi ve sonrası bireylerin e-ticaret davranışları karşılaştırılmış ve bazı özelliklerin değişmesine rağmen eğitim etkisinin her iki dönemde de anlamlı olduğu tespit edilmiştir (Lukomska-Szarek, ve ark., 2021). Bu yönüyle bakıldığında eğitim düzeyinin e-ticaret üzerinde hala önemli bir faktör olduğu ve etkisini covid-19 döneminde de sürdürdüğü söylenebilir.

Eğitim ayrıca bireylerin dijital becerilerine de katkı sunmakta, e-ticaret açısından değerlendirildiğinde “dijital bölünmeye” yol açmaktadır (Wu, Yi, ve Dehuan, 2011). Bu çalışmada bireylerin e-devlet hizmetleri kullanımı ve internet üzerinden finansal işlemler gerçekleştirme durumları dijital beceri göstergesi sayılabilir. Elde edilen bulgulara göre en belirgin farklılığın bebek patlaması kuşağında olmak üzere her kuşakta e-devlet hizmetleri kullanan ve internet üzerinden finansal işlemler gerçekleştiren bireylerin internet alışverişi yapma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber ilgili farkın eğitim düzeyinde olduğu gibi yine bebek patlaması kuşağında daha fazla olması dikkat çekmektedir. Avustralya’da yapılan bir çalışmada covid-19 döneminde sessiz kuşak dahil olmak üzere beş kuşaktan bireylerin internet alışverişi davranışları incelenmiş, yaşlı bireylerin e-ticaret sitelerini kullanma şekillerinin farklılaştığı tespit edilmiş ve dijital beceriler göz önüne alınarak sitelerin tekrar revize edilmesi önerilmiştir (McIntosh, ve ark., 2021). Covid-19 döneminde sosyal yaşamın durma noktasına gelmesiyle yalnızca e-ticarete değil, internet üzerinden gerçekleştirilmesi gereken finansal hizmetlere ve internetin aktif kullanımını gerektiren dijital becerilere ilgi artmıştır (Lukomska-Szarek, ve ark., 2021). Dünya Ekonomik Forumu’nun (2020) raporuna göre Türkiye’nin, dijital teknolojilerin kullanımı ve tasarımını ele alan dijital beceriler endeksinde seçili ülkeler arasında son sırada yer aldığı bilinmektedir. Çalışmaya konu olan bebek patlaması kuşağı bireylerinin yaklaşık %75’inin bir okul bitirmeyen veya ilkökul mezunu bireyler olduğu ve aynı zamanda bu bireylerin e-devlet hizmetleri ve finansal işlem kullanım oranlarının düşük olduğu göz önüne alındığında, e-ticaretin geliştirilmesi için özellikle düşük eğitim düzeyinde olan ve dijital becerileri düşük olan bireylere odaklanması gerektiği söylenebilir.

Bireylerin çalışma durumları ve meslekleri e-ticaret kullanımıyla ilişkilidir (Vicente, 2015; Vrechopoulos, Siomkos, ve Doukidis, 2001). Belirli meslekler için farklı ürün veya hizmet türlerinin geliştirilebilmesi ve genel profilin öğrenilebilmesi için bu bilgiler pazarlamacılar için önem arz etmektedir (Kotler, 2000). Elde edilen sonuçlara göre her kuşakta ücretli, maaşlı veya yevmiyeli olarak çalışan bireylerin çalışmayan bireylere kıyasla e-ticaret yapma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber Y ve X kuşaklarındaki işveren bireylerin, X ve bebek patlaması kuşaklarındaki kendi hesabına çalışan veya irad sahibi bireylerin e-ticaret yapma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Z kuşağındaki bireylerin çoğunun çalışacak yaşta olmadığı ve çoğunun öğrenci olduğu göz önüne alındığında iş durumu değişkeninin diğer kategorilerinin anlamsız çıkmasının beklentilere uygun

olduğu söylenebilir. Endonezya’da yapılan bir çalışmada özellikle hizmet sektöründe çalışan maaşlı bireylerin e-ticarete eğilimli olduğu tespit edilmiştir (Hasyati, 2017). Yunanistan’da yapılan bir çalışmada ise eğitilmiş bireylere ek olarak akademisyenlerin, özel sektör çalışanlarının ve kendi hesabına çalışan bireylerin e-ticaret kullanıcılarının genel profilini oluşturduğu belirtilmiştir (Vrechopoulos, ve ark., 2001). Ünver ve Alkan (2021), tarafından Türkiye için yapılan ve bireylerin e-ticaret eğilimlerinin farklı eğitim düzeylerine göre incelendiği çalışmada makine operatörleri ve montajcıların e-ticarete olan eğilimlerinin düşük, yöneticilerin ise yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bir ürünün seçimi; tüketicinin harcanabilir geliri, tasarrufları, varlıkları, borçları ve borçlanma gücü gibi ekonomik koşullardan büyük ölçüde etkilenebilir (Kotler, 2000). Kuşaklararası farklılıkların olmadığı öne sürülmesine rağmen (Lissitsa ve Kol, 2021), yapılan birçok araştırmada daha yüksek gelire sahip olan bir kişinin internet alışverişi yapma olasılığının daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır (Ayob, 2021; Jain ve Jain, 2011; Abdul-Muhmin ve Al-Abdali, 2011; Stranahan ve Dorota, 2007). Bu çalışmada Z, Y ve X kuşaklarında tüm gelir gruplarının anlamlı olduğu ve en düşük gelir grubuna kıyasla artan gelirin internet alışverişi yapma olasılığını artırdığı tespit edilmiştir. Z kuşağı bireylerinin %80’den fazlasının çalışmamasına rağmen gelir gruplarına göre e-ticaret yapma olasılığının farklılaşması dikkat çekmektedir. Son zamanlarda Romanya’da yapılan bir çalışmada Z kuşağındaki bireylerin satın alma gücünün diğer kuşaklara kıyasla az olmasına rağmen aile içinde muazzam bir etki gücüne sahip olduğu ve bu sebeple e-ticarete katılım sağladıkları belirtilmiştir (Varzaru, ve ark., 2021). Türkiye’de yapılan bir çalışmada bireylerin aylık hane gelirindeki her 1000₺ artış karşısında yiyecek, giyim, teknoloji, tatil harcamaları ve kültürel aktiviteler olmak üzere beş farklı kategoride e-ticarete katılma olasılıklarının arttığı tespit edilmiştir (Abar ve Alkan, 2020).

Bireylerin sahip olduğu bilişim cihazı sayısı e-ticaret üzerinde doğrudan etkiye sahiptir (Cristóbal-Fransi, ve ark., 2015). Bangladeş’de yapılan bir çalışmada ailedeki cep telefonu sayısında meydana gelen artışa karşılık e-ticaret kullanma olasılığının arttığı tespit edilmiştir (Hosseini, ve ark., 2017). Türkiye’de yapılan bir çalışmada bireylerin bilişim cihazı sayısında meydana gelen bir birim artışın, e-ticarete katılma olasılığını 1,32 kat artırdığı tespit edilmiştir (Alkan ve Ünver, 2021). Bu çalışmada tüm kuşaklarda cep telefonu sahibi olan bireylerin e-ticarete katılma olasılıklarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Günümüzde en temel teknolojik ihtiyaç haline gelen cep telefonunu kullanan bireylerin yüksek oranda olması ve bu bireylerin e-ticarete eğilimli olması beklentiler dahilindedir. Ayrıca Z, Y ve X kuşaklarında masaüstü, dizüstü ve tablet bilgisayar sahipliği durumlarının e-ticaret üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber bebek patlaması kuşağında cep telefonu dışında yalnızca dizüstü bilgisayar sahipliği durumunun e-ticaret üzerinde anlamlı bir faktör olması dikkat çekmektedir. TÜSİAD tarafından hazırlanan ve covid-19 döneminde e-ticaret gelişiminin ele alındığı raporda, küresel olarak bebek patlaması kuşağının ilgili dönemde en çok tercih ettiği

teknolojik cihazın cep telefonu dışında masaüstü bilgisayar olduğu belirtilmiştir (TÜSİAD, 2022).

Ailedeki birey ve çocuk sayısına bağlı olarak bireylerin e-ticaret davranışları ve e-ticarete olan eğilimleri farklılık gösterebilir (Stranahan ve Dorota, 2007). Daha az çocuğu olan aileler gelirlerini daha esnek biçimde harçayabileceğinden e-ticarete olan katılımda pozitif etki görülmesi muhtemeldir (Leong, Jaafar, ve Ainin, 2018). Hanehalkı büyüklüğü internet alışverişini olumsuz yönde etkilemektedir (Abar ve Alkan, 2020). Bu çalışmada Z, Y ve X kuşaklarında 6 ve üzeri hanehalkı büyüklüğüne kıyasla daha küçük hanehalkı büyüklüğünün bireylerin e-ticaret yapma olasılığını artırdığı tespit edilmiştir. Türkiye’de yapılan ve kuşaklararası farklılığı ele alan bir çalışmada, ailedeki birey sayısının bireylerin internet alışverişini tercih etme durumlarını etkileyen faktörlere göre farklılaştığı, çocuk sayısının ise anlamsız olduğu tespit edilmiştir (Gürün ve Tümer İkikat, 2021).

Bireylerin ikamet bölgesi e-ticareti etkilemektedir. Bazı çalışmalarda anlamsız olduğu tespit edilmesine rağmen (Lissitsa ve Kol, 2021; Kalia, 2017) ABD’de yapılan bir çalışmada metropol şehirlere göre daha az imkan olmasından dolayı kırsal bölgelerde yaşayanların e-ticareti daha çok tercih ettiği tespit edilmiştir (Stranahan ve Dorota, 2007). Bu çalışmada, Z ve bebek patlaması kuşaklarında nispeten gelişmemiş bölgeler sayılabilecek Kuzeydoğu Anadolu ve Ortadoğu Anadolu bölgelerine kıyasla Ege ve Akdeniz bölgelerinde bireylerin e-ticareti daha çok tercih ettiği tespit edilmiştir. Japonya’da bireylerin e-ticaret davranışlarının incelendiği bir çalışmada covid-19 döneminde nüfusun yoğun olduğu ve gelişmiş yerlerde evde kalma sürelerinin daha çok arttığı ve bu sebeple kentsel alanlarda fiziki mağazalardan yapılan alışveriş sayısının azaldığı tespit edilmiştir (Kawasaki, ve ark., 2021).

Bu çalışma, Türkiye’de covid-19 döneminde değişen e-ticaret kullanıcı kitlesinin ulusal çaptaki veriler kullanılarak kuşaklararası farklılıklara göre incelendiği ilk çalışmadır. Elde edilen bulgular e-ticaret sitelerinin gelişimine katkı sunabilir. Kullanıcılara uygun şekilde tasarlanması gereken yazılımlar bireylerin yaş, cinsiyet ve dijital okuryazarlık düzeylerine göre değişkenlik gösterdiği için pazarda var olmak isteyenler bu tür bilgilere ihtiyaç duymaktadır (McIntosh, ve ark., 2021). Ayrıca sonuçlar Türkiye’nin e-ticarete yönelik genel profilinin belirlenmesi açısından önemlidir. Çünkü pazarlamacılar için yeni müşteri kazanmaktansa mevcut müşteriyi korumak çok daha önemlidir (Lu, ve ark., 2018). Bunun yanında elde edilen bulgulara göre müşterilere yönelik yetiştirme alanı, promosyon alanı ve istikrarlı alan tespit edilebilir (Kalia, 2017; Lu, ve ark., 2018). Bu sayede satın alma potansiyeli yüksek olan müşterilere yönelik pazarlama çalışmaları yapılabilir veya alışveriş yapma olasılığı düşük olan bireylere yönelik promosyon çalışmaları başlatılabilir (Singh ve Raj, 2016).

Bu çalışma birkaç sınırlamaya sahiptir. Birincisi, çalışmada kullanılan veriler ikincil verilerdir. Çalışmadaki değişkenler veri setinde var olan değişkenlerden seçilmiştir. Ancak veri setinde olmayan bireylere yönelik psikolojik koşullar, kişilik, tutumlar, alınan ürünün kalitesi, hangi e-

ticaret platformunun kullanıldığı gibi dışsal faktörler analize alınamamıştır. Sosyo-demografik özelliklerin dahil olduğu içsel faktörlere ek olarak bu tip dışsal faktörlerin de e-ticaret kullanımı üzerinde etkili olduğu bilinmektedir (Lukomska-Szarek, ve ark., 2021). İkincisi, e-ticaret kullanımına ilişkin bir ölçüm yapılmamıştır. Bireylerin e-ticaret kullanımına yönelik verdikleri cevaplar kendi cevaplarıdır. Bundan dolayı bu veri toplama yönteminde elde edilen veriler yanlış olabilir.

Extended Abstract

As in the whole world, the e-commerce sector in Türkiye has made great progress during the Covid-19 period, and e-commerce has risen to an important position in daily life due to the increase in consumers' stay at home duration (Yılmaz and Bayram, 2020). In Türkiye, which has reached 37.2 million users as of 2020, and this number is expected to increase over the years (Monks, 2020); It has been determined that e-commerce expenditures between 2016 and 2020 have increased approximately 3.2 times and reached 226.2 billion TL compared to 2020 values (TUSIAD, 2021). However, during the covid-19 period, the share of internet expenditure per capita in Türkiye's per capita GDP has also increased and reached to 303 dollars (Monks, 2020). Türkiye, which remained below the world average at the mentioned rate compared to the period before covid-19, rose above the world average in 2020 and rose to 23rd place among 94 countries (TÜSİAD, 2022). In addition, in Türkiye, where the share of e-commerce supported employment in total employment reached 7.2% during the covid-19 period; E-commerce contributed to approximately 6% of the total revenues of the state in 2020 (TUBISAD, 2021; Gelir İdaresi Başkanlığı, 2022). On the other hand, Türkiye, the youngest country in Europe, draws attention in addition to its stated aspects, as it is one of the countries with the highest e-commerce growth expectation in the world in the next years (JPMORGAN, 2020).

Since customers' e-commerce behaviors differ depending on many factors, companies should be able to respond to the multiple needs of users and correctly identify the customer profile (Varzaru, et al., 2021). Customer behaviors may change according to external factors such as psychological conditions, personality, quality of the product purchased, which e-commerce platform is used, security of the relevant platform, and internal factors including socio-demographic characteristics (age, education, marital status, monthly income, occupation, etc.) of individuals. Among the socio-demographic characteristics, one of the features in which the e-commerce behaviors of individuals differ the most is generation (Brand, et al., 2022). A generation consists of individuals of close age who are exposed to the same political, social, and economic events and have a common consciousness of the values and beliefs on their time (Pilcher, 1994). Since different characteristics are observed, it is possible to see differences in inter-generational consumer behavior and internet use of individuals (Stefko, et al., 2022; Melovic, et al., 2021).

It is known that individuals who have not experienced e-commerce before, participate in e-commerce out of necessity during the covid-19 period, and it is estimated that some of the related individuals will be permanent in e-commerce (Campisi, et al., 2021; Nguyen, et al., 2021; OECD, 2020). Considering all these developments and information, it has become necessary to examine the e-commerce tendencies of individuals in Türkiye at the national level, taking into consideration the covid-19 period and intergenerational differences. The aim of this study, in which intergenerational differences are taken into account; To determine the general profile of e-commerce users as well as the socio-demographic factors that affect individuals' e-commerce use in Türkiye. For this purpose, the data from the Household Information Technologies Usage Survey conducted by the Turkish Statistical Institute in 2021 were used (n=30530) and the factors influencing individuals e-commerce use were analyzed using the binary logistic regression method.

First of all, individuals were divided into generations according to their age. Individuals born in 2000 and after (21 and under age group) are Generation Z, those born between 1980-1999 (22-41 age group) are Generation Y, those born between 1965-1979 (42-56 age group) are Generation X and those born between 1946-1964 (57-75 age group) represent the Baby Boomers. After the individuals in the study were classified according to generations, four different binary logistic regression models were created to determine the socio-demographic factors that affect e-commerce usage. The dependent variable of the study is "Have you ever made a purchase of goods/services for private use or ordering (excluding orders placed via e-mail, SMS, and MMS) over the Internet (using websites or mobile applications) during the covid-19 period?". Independent variables; gender (male, female), an education level (did not complete a school/primary school, secondary school, high school, university), employment status (paid/salaried, employer, self-employment, unpaid family worker, unemployed), mobile phone ownership, desktop computer ownership, laptop ownership, tablet PC ownership, use of e-government services (yes, no), financial transactions over the internet (yes, no), family size of the participants (1-3 people, 4-5 people), 6 and above), income status (₺2500 and below, ₺2501-₺3500, ₺3501-₺5700, ₺5701 and above) and regions of residence of individuals.

According to the results, men in the Z, Y, and X generations are 12%, 10.5%, and 14% less likely to use e-commerce than women, respectively. Men in the Baby Boomers are 31.1% more likely to use e-commerce than women. It is known that there is an increase in food, meal, and supermarket shopping during the covid-19 period and that women shop more in these categories (Davis, et al., 2012). Well educated individuals use e-commerce more (Ayob, 2021; Jain and Jain, 2011; Palvia, 2009). According to the results obtained, it has been determined that all categories of education are significant in all generations. University graduates in Z, Y, X, and Baby Boomer generations are 40%, 40%, 88%, and 97% more likely to participate in e-commerce than secondary school

graduates, respectively. It can be said that the education factor has not lost its effect during the covid-19 period.

Individuals' working status and occupations are related to the use of e-commerce (Vicente, 2015; Vrechopoulos, et al., 2001). It has been determined that working individuals use e-commerce more. Wage-worker individuals in the Z, Y, X, and baby boom generations are 17%, 12%, 33%, and 37% more likely to use e-commerce than non-working individuals, respectively. The number of information technology devices owned by individuals has an impact on e-commerce (Cristóbal-Fransi, et al., 2015). It has been found that ownership of mobile phones, tablets, desktop computers, and laptops affects the use of e-commerce. Laptop and mobile phone ownership have positively affected e-commerce use in every generation. Desktop and tablet computer ownership have a positive impact on all generations except the Baby Boomers.

Individuals' digital skills affect the use of e-commerce (Wu, et al., 2011). Individuals who use e-government services and internet banking as an indicator of digital skills are more likely to do internet shopping and it is meaningful in every generation. Depending on the family size and the number of children in the family, individuals' e-commerce behaviors may differ (Stranahan and Dorota, 2007). Since families with fewer children can spend their income more flexibly, the use of e-commerce may increase (Leong, et al., 2018). Family size was a significant factor in all generations except the Baby Boomers. It has been found that individuals in small families are more likely to use e-commerce.

Many studies have concluded that a person with a higher income is more likely to shop online (Ayob, 2021; Jain and Jain, 2011; Abdul-Muhmin and Al-Abdali, 2011; Stranahan and Dorota, 2007). Monthly income was a significant factor in all generations except the Baby Boomers. It was found that individuals with higher incomes were more likely to use e-commerce. The regions where individuals live affect e-commerce (Stranahan and Dorota, 2007). In this study, it has been determined that individuals prefer e-commerce more in the Aegean and Mediterranean regions compared to the Northeast Anatolia and Middle East Anatolia regions, which can be considered as relatively undeveloped regions for the Z and Baby Boomer generations. The reason for this may be that people in developed regions where the population is crowded during the covid-19 period spend more time at home and stores are closed (Kawasaki, et al., 2021).

The findings can contribute to the development of e-commerce sites. The software needs to be designed in accordance with the users and the related software varies according to the age, gender, and digital literacy levels of the individuals. For this reason, those who want to exist in the sector should need such information (McIntosh, et al., 2021). In addition, the results are important in terms of determining the general profile of Türkiye for e-commerce. Because it is much more important for marketers to retain existing customers than to acquire new customers (Lu, Ye, and Yan, 2018). In addition, according to the findings obtained, the cultivation area, promotion area, and stable area for customers can be determined (Kalia, 2017; Lu, et

al., 2018). In this way, marketing activities can be carried out for customers with high purchasing potential, or promotion activities can be initiated for individuals who are less likely to shop (Singh and Raj, 2016).

Kaynakça

1. Abar, H., ve Alkan, Ö. (2020). What Factors Influence the Use of Electronic Commerce? A Case in Turkey. *Handbook of Research on IT Applications for Strategic Competitive Advantage and Decision Making*. içinde IGI Global. doi:10.4018/978-1-7998-3351-2.ch006
2. Abdul-Muhmin, A. G., ve Al-Abdali, O. (2011). Adoption of online purchase by consumers in Saudi Arabia: an exploratory study. *Conference on Administrative Sciences*, (s. 19-21). Dhahran, Saudi Arabia.
3. Agus, A. A., Yudoko, G., Mulyono, N., ve Imaniya, T. (2021). E-Commerce Performance, Digital Marketing Capability and Supply Chain Capability within E-Commerce Platform: Longitudinal Study Before and After COVID-19. *International Journal of Technology*, 12(2), 360-370. doi:10.14716/ijtech.v12i2.4122
4. Alkan, Ö., ve Ünver, Ş. (2020). Türkiye'de e-devlet hizmetlerinin kullanımını etkileyen faktörlerin analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(4), 1431-1453.
5. Alkan, Ö., ve Ünver, Ş. (2021). Determination of Factors That Affect Use of E-Commerce in Eastern Turkey Through Categorical Data Analysis. *Toros University FEASS Journal of Social Sciences*, 8(Special Issue), 22-36.
6. Alkan, Ö., Küçüköğlü, H., ve Tutar, G. (2021). Modeling of the Factors Affecting e-Commerce Use in Turkey by Categorical Data Analysis Factors Affecting e-Commerce Use. *IJACSA International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 12(1), 95-105.
7. Alqahtani, A. S., Goodwin, R. D., ve de Vries, D. B. (2018). Cultural factors influencing e-commerce usability in Saudi Arabia. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 5(6), 1-10. doi:10.21833/ijaas.2018.06.001
8. Awa, H. O., Baridam, D. M., ve Nwibere, B. M. (2015). Demographic determinants of electronic commerce (EC) adoption by SMEs: A twist by location factors. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(3), 326-345. doi:10.1108/JEIM-10-2013-0073
9. Ayob, A. H. (2021). E-commerce adoption in ASEAN: who and where? *Future business journal*, 7(1), 1-11.
10. Bacik, R., Fedorko, R., Olearova, M., ve Horvath, J. (2017). Analysis of User Preferences when Searching for Informations Online in case of Generation X and Y. *Annual International Scientific Conference on Megatrends and Media - Media Future* (s. 122-139). Smolenice, SLOVAKIA: Univ Ss Cyril ve Methodius Trnava, Fac Mass Media Commun.
11. Bacik, R., Gavurova, B., Fedorko, R., ve Olearova, M. (2020). Using Digital Devices in the Process of Online Shopping: A Study of Demographic Differences. *Marketing and Management of Innovations*(4), 154-167. doi:10.21272/mmi.2020.4-12
12. Bölen, M. C. (2017). *X ve Y Kuşağı Bireylerinin Mobil Alışveriş Uygulamalarına ve Sitelerine Yönelik Kullanımına Devam Etme Niyetlerinin Özel Alışveriş Kulüpleri Bağlamında İncelenmesi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
13. Brahollı, A. (2022). An Investigation of Consumer Behavior in Online Trade During the Covid-19 Pandemic: A Case Study. *Quality-Access to Success*, 23(186), 45-58. doi:10.47750/QAS/23.186.07

14. Brand, B., Rausch, T., ve Brandel, J. (2022). The Importance of Sustainability Aspects When Purchasing Online: Comparing Generation X and Generation Z. *Sustainability*, 14(9). doi:10.3390/su14095689
15. Burkolter, D., ve Kluge, A. (2011). Online consumer behavior and its relationship with socio-demographics, shopping orientations, need for emotion, and fashion leadership. *Journal of Business and Media Psychology*, 2(2), 20-28.
16. Camilleri, M. A. (2021). E-commerce websites, consumer order fulfillment and after-sales service satisfaction: the customer is always right, even after the shopping cart check-out. *Journal of Strategy and Management*. doi:10.1108/JSMA-02-2021-0045
17. Campisi, T., Russo, A., Tesoriere, G., Bouhouras, E., ve Basbas, S. (2021). COVID-19's Effects over E-commerce: A Preliminary Statistical Assessment for Some European Countries. *21st International Conference on Computational Science and Its Applications (ICCSA)*, (s. 370-385). Cagliari, Italy. doi:10.1007/978-3-030-86979-3_27
18. Chang, Y., ve Zhu, D. (2007). Factors influencing consumers' repeated online shopping in China: An empirical study. *6th International Conference on Management (ICM 2007)*, (s. 487-492). Wuhan, CHINA. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.91.8924verep=rep1vetype=pdf> adresinden alındı
19. Cristóbal-Fransi, E., Martín-Fuentes, E., ve Daries-Ramon, N. (2015). Behavioural analysis of subjects interacting with information technology: Categorising the behaviour of e-consumers. *International Journal of Services Technology and Management*, 21(1-3), 163-182. doi:10.1504/IJSTM.2015.071121
20. Çil, B., ve Çevik, O. (2022). Kuşakların İnternet Alışverişlerinde Algıladıkları Riskler Üzerine Bir Araştırma. *KMU Journal of Social and Economic Research*, 24(42), 462-487.
21. Davis, R., Lang, B., ve San Diego, J. (2012). Does Gender Mediate Online Shopping Attitudes and Purchase Intentions? *ANZMAC*. doi:<https://webarchive.nla.gov.au/awa/20121203115001/http://pandora.nla.gov.au/pan/25410/20140311-1105/anzmac.org/conference/2012/papers/081ANZMACFINAL.pdf>
22. Debicka, O., Gutowski, T., ve Borodo, A. (2019). Innovations in e-commerce: value proposition for e-buyers. *Scientific Journals of the Maritime University of Szczecin-Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej W Szczecinie*, 60(132), 101-106. doi:10.17402/377
23. Dünya Ekonomik Forumu. (2020). *The Global Competitiveness Report: How Countries are Performing on the Road to Recovery*. World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf adresinden alındı
24. Escobar-Rodríguez, T., Grávalos-Gastaminza, M. A., ve Pérez-Calañas, C. (2017). Facebook and the intention of purchasing tourism products: Moderating effects of gender, age and marital status. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(2), 129-144. doi:10.1080/15022250.2015.1137784
25. Gelir İdaresi Başkanlığı. (2022). *Genel Bütçe Gelirleri Tahsisi*. gib.gov.tr: https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG/Tablo_1.xls.htm adresinden alındı
26. Gürün, S., ve Tümer İkikat, E. (2021). Kuşaklar Arası E-Ticaret Etkileyen Faktörler. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 8(3), 883-890. doi:10.30910/turkjans.908746
27. Hashim, A., Ghani, E. K., ve Said, J. (2009). Does consumers' demographic profile influence online shopping?: An examination using Fishbein's theory. *Canadian Social Science*, 5(6), 19-31.
28. Hasyiyati, A. N. (2017). *Demographic and socioeconomic characteristics of e-commerce users in Indonesia*. Tokyo: Asian Development Bank Institute (ADBI). <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/179232/1/adbi-wp776.pdf> adresinden alındı
29. Hossein, K. M., Yokota, F., Fukuda, A., Nishikitani, M., Islam, R., Kitaoka, H., . . . Ahmed, A. (2017). Factors Associated to Online Shopping at the BoP Community in Rural Bangladesh. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 8(10), 46-51.
30. Hou, J., ve Elliott, K. (2021). Mobile shopping intensity: Consumer demographics and motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63. doi:10.1016/j.jretconser.2021.102741
31. J.P.MORGAN. (2020). *2020 E-commerce Payments Trends Report: Turkey*. [https://www-jpmorgan-com.adresinden alındı](https://www-jpmorgan-com.adresinden%20alindi)
32. Jain, S. K., ve Jain, M. (2011). Journal of Technology Management for Growing Economies. *Exploring impact of consumer and product characteristics on e-commerce adoption: A study of consumers in India*, 2(2), 35-64.
33. Kalia, P. (2017). Does Demographics Affect Purchase Frequency in Online Retail? *International Journal of Online Marketing*, 7(2), 42-56. doi:10.4018/IJOM.2017040103
34. Karaaslan, K. Ç. (2021). Determinants of online Shopping attitudes of households in turkey. *Journal of Modelling in Management*, 17(1), 119-133. doi:10.1108/JM2-04-2021-0101
35. Karaaslan, K. Ç., Oktay, E., ve Alkan, Ö. (2022). Determinants of Household Saving Behaviour in Turkey. *Sosyoekonomi*, 30(51), 71-90.
36. Kawasaki, T., Wakashima, H., ve Shibasaki, R. (2021). The use of e-commerce and the COVID-19 outbreak: A panel data analysis in Japan. *Transport Policy*, 115, 88-100. doi:10.1016/j.tranpol.2021.10.023
37. Kirk, C. P., ve Rifkin, L. S. (2020). I'll trade you diamonds for toilet paper: Consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 117, 124-131. doi:10.1016/j.jbusres.2020.05.028
38. Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Millennium Edition*. New-Jersey: Prentice-Hall.
39. Koyuncu, C., ve Lien, D. (2003). E-commerce and consumer's purchasing behaviour. *Applied Economics*, 35(6), 721-726.
40. Leong, L.-Y., Jaafar, N. I., ve Ainin, S. (2018). Understanding Facebook commerce (f-commerce) actual purchase from an artificial neural network perspective. *Journal of Electronic Commerce Research*, 19(1), 75-103.
41. Lim, Y. M., ve Cham, T. H. (2015). A profile of the Internet shoppers: Evidence from nine countries. *Telematics and Informatics*, 32(2), 344-354. doi:10.1016/j.tele.2014.10.002
42. Lissitsa, S., ve Kol, O. (2021). Four generational cohorts and hedonic m-shopping: association between personality traits and purchase intention. *Electronic Commerce Research*, 21, 545-570. doi:10.1007/s10660-019-09381-4
43. Lu, M., Ye, Z., ve Yan, Y. (2018). Research on e-commerce customer repeat purchase behavior and purchase stickiness. *NANKAI BUSINESS REVIEW INTERNATIONAL*, 9(3), 331-347.
44. Lukomska-Szarek, J., Martynko, A., ve Warzecha, Z. (2021). Management under Crisis Conditions - the Impact of the COVID-19 Pandemic on the Formation of Respondents' Opinions within the e-commerce Market, in Poland. *Acta Polytechnica Hungarica*, 18(11), 251-267. http://acta.uni-obuda.hu/Lukomska-Szarek_Martynko_Warzecha_118.pdf adresinden alındı

45. Lv, J., Wang, Z., Huang, Y., Wang, T., ve Wang, Y. (2020). How Can E-Commerce Businesses Implement Discount Strategies through Social Media? *Sustainability*, 12(18). doi:10.3390/su12187459
46. Mathur, A., Moschis, G. P., ve Euehun, L. (2003). Life events and brand preference changes. *Journal of Consumer Behavior*, 3(2).
47. McIntosh, J., Du, X., Wu, Z., Truong, G., Ly, Q., How, R., . . . Kanij, T. (2021). Evaluating Age Bias In E-commerce. *14th IEEE/ACM International Workshop on Cooperative and Human Aspects of Software Engineering (CHASE)*, (s. 31-40). Electronic Network. doi:10.1109/CHASE52884.2021.00012
48. Melovic, B., Sehic, D., Karadz, V., Dabic, M., ve Cirovic, D. (2021). Determinants of Millennials' behavior in online shopping - Implications on consumers' satisfaction and e-business development. *Technology in Society*, 65. doi:10.1016/j.techsoc.2021.101561
49. Monks, A. (2020). *Turkey Ecommerce to Generate US\$25 BILLION BY 2025*. ESW. <https://esw.com/blog/turkey-ecommerce-insights/> adresinden alındı
50. Nguyen, J., Le, Q. V., ve Ha, J. T. (2021). Impacts of Health and Safety Concerns on E-Commerce and Service Reconfiguration During the COVID-19 Pandemic: Insights from an Emerging Economy. *Service Science*, 13(4), 227-242. doi:10.1287/serv.2021.0279
51. OECD. (2020). *Connecting Businesses and Consumers During COVID-19: Trade in Parcels*. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135520-5u04ajecfyvetitle=Connecting-Businesses-and-Consumers-During-COVID-19-Trade-in-Parcels adresinden alındı
52. OECD. (2020). *E-commerce in the times of COVID-19*. OECD. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=137_137212-t0fjgnerdbvetitle=E-commerce-in-the-time-of-COVID-19 adresinden alındı
53. Palvia, P. (2009). The role of trust in e-commerce relational exchange: A unified model. *Information ve management*, 46(4), 213-220.
54. Pilcher, J. (1994). Mannheim's sociology of generations: an undervalued legacy. *British Journal of sociology*, 45(3), 481-495. doi:10.2307/591659
55. Ramírez-Correa, P. E., Grandón, E. E., ve Arenas-Gaitán, J. (2019). Assessing differences in customers' personal disposition to e-commerce. *Industrial management ve data systems*, 119(4).
56. Sahney, S., Ghosh, K., ve Shrivastava, A. (2013). Conceptualizing consumer "trust" in online buying behaviour: an empirical inquiry and model development in Indian context. *Journal of Asia Business Studies*, 7(3), 278-298. doi:10.1108/JABS-Jul-2011-0038
57. Sardjono, W., Selviyanti, E., Mukhlis, M., ve Tohir, M. (2021). Global issues: utilization of e-commerce and increased use of mobile commerce application as a result of the covid-19 pandemic. *2nd International Conference on Physics and Mathematics for Biological Science (ICOPAMBS)*. Indonesia. doi:10.1088/1742-6596/1832/1/012024
58. Shadrina, R., ve Arviansyah. (2018). User Interface and Generations' Preferences: Design and Evaluation. *32nd Conference of the International-Business-Information-Management-Association (IBIMA)* (s. 7882-7892). Seville, SPAIN: Int Business Informat Management Assoc.
59. Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117, 280-283. doi:10.1016/j.jbusres.2020.05.059
60. Sin, L. G., Bus, M., ve Purnamasari, R. (2011). China e-commerce market analysis: forecasting and profiling internet user. *IEEE International Summer Conference of Asia Pacific Business Innovation and Technology Management* (s. 79-82). India, Pune: Researchers World.
61. Singh, D., ve Raj, S. (2016). Impact of Demographic Factors on Online Purchase Frequency - A Decision Tree Approach. *3rd International Conference on Computing for Sustainable Global Development (INDIACom)*, (s. 3789-3793). New Delhi, India. <https://ieeexplore.ieee.org/xpl/conhome/7589474/proceeding?isnumber=7724213vepageNumber=31> adresinden alındı
62. Stefko, R., Bacik, R., Fedorko, R., ve Olearova, M. (2022). Gender-generation characteristic in relation to the customer behavior and purchasing process in terms of mobile marketing. *Oeconomia Copernicana*, 13(1), 181-223. doi:10.24136/oc.2022.006
63. Stranahan, H., ve Dorota, K. (2007). E-tail spending patterns and the importance of online store familiarity. *Internet Research*, 17(4). doi:10.1108/10662240710828076
64. Topaktaş, S. (2021). Dijitalleşme Sürecinde Bilgi ve Bilgiyi Kullanma Biçimleri: Kuşaklar Arası Bir Kıyaslama. *Doktoral Dissertation*.
65. TUBISAD. (2021). *Ekonominin dönüştürücü gücü: e-ticaret etki analizi*. Deloitte. https://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad-e-commerce_impact_assessment-launchpresentation.pdf adresinden alındı
66. TÜSİAD. (2022). *E-ticaretin öne çıkan başarısı, tüketici davranışlarında değişim ve dijitalleşme*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/consulting/articles/E-ticaretin-one-cikan-basarisi-2022.html> adresinden alındı
67. Ünver, Ş., ve Alkan, Ö. (2021). Determinants of e-Commerce Use at Different Educational Levels: Empirical Evidence from Turkey. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*;12(3), 40-49.
68. Varzaru, A. A., Bocean, C. G., Rotea, C. C., ve Budica-Iacob, A.-F. (2021). Assessing Antecedents of Behavioral Intention to Use Mobile Technologies in E-Commerce. *Electronics*, 10(18). doi:10.3390/electronics10182231
69. Vasilcovschi, A. (2018). Gamification: Challenges in Ensuring the Satisfaction of New Consumers. *BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption*, (s. 475-481). Heidelberg, GERMANY.
70. Vicente, M. R. (2015). Determinants of C2C e-commerce: an empirical analysis of the use of online auction websites among Europeans. *Applied Economics Letters*, 22(12), 978-981. doi:10.1080/13504851.2014.993127
71. Villa, R., ve Monzon, A. (2021). Mobility Restrictions and E-Commerce: Holistic Balance in Madrid Centre during COVID-19 Lockdown. *Economies*, 9(2). doi:10.3390/economies9020057
72. Viu-Roig, M., ve Alvarez-Palau, E. J. (2020). The Impact of E-Commerce-Related Last-Mile Logistics on Cities: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 12(16). doi:10.3390/su12166492
73. Vrechopoulos, A. P., Siomkos, G. J., ve Doukidis, G. I. (2001). Internet shopping adoption by Greek consumers. *European Journal of Innovation Management*, 4(3), 142-153.
74. Wu, L., Yi, C., ve Dehuan, L. (2011). Online shopping among Chinese consumers: An exploratory investigation of demographics and value orientation. *International journal of consumer studies*, 35(4), 458-469.
75. Yılmaz, Ö., ve Bayram, O. (2020). COVID-19 pandemi döneminde Türkiye'de e-ticaret ve e-ihracat. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 37-54.
76. Zhitomirsky-Geffet, M., ve Blau, M. (2017). Cross-generational analysis of information seeking behavior of smartphone users.

ASLIB Journal of Informations Management, 69(6), 721-739.
doi:10.1108/AJIM-04-2017-0083



Examination of Non-Interest Incomes and Bank Performance Relationship in the Türkiye Banking Sector

Levent Sezal^{1-a*}

¹Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Kahramanmaraş, Türkiye

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 28.10.2022

Accepted: 26.01.2023

ABSTRACT

The traditional function of conventional banks is to mediate the supply and demand of funds. In this context, the most important source of income for banks is interest income. However, since the beginning of the 2000s, developments in the field of technology, increasing competition among banks, and the decrease in net interest and profit margins in parallel have caused banks to offer different services than loan and deposit transactions. This increase in service diversity resulted in rapid increases in non-interest income items from non-traditional activities as well as interest income, which is among the basic incomes of banks. The components that make up the non-interest income of banks are banking service fee income, income from activities in the capital market, income from buying and selling of financial assets, transaction fees, and commission income from loans, especially non-cash loans. Non-interest incomes of banks are the items of earnings obtained with limited resources or without using resources.

The aim of the study is to econometrically investigate the relationship between non-interest income rates, assets, and return on capital ratios of the Türkiye banking sector. The study used quarterly data covering the period from 2003 to 2022. Time series analysis was used as a method in the study. To test the relationship between the variables, the "Lee Strazicich Unit Root Test", which also takes into account the structural breaks, was applied to the series. Whether there is any causality between the variables, and if there is causality, the direction of this relationship was tested with the "Toda Yamamoto Test".

Keywords: Banking sector, Bank Performance, Non-Interest Incomes, return on assets, return on equity.

JEL Classification: G00, G20, G21

Türk Bankacılık Sektöründe Faiz Dışı Gelirler Ve Banka Performans İlişkisinin İncelenmesi

Süreç

Geliş: 28.10.2022

Kabul: 26.01.2023

Öz

Konvansiyonel bankaların geleneksel işlevi, fon arz ve taleplerine aracılık etmektedir. Bu kapsamda bankaların en önemli gelir kaynağı faiz gelirleridir. Fakat 2000'li yılların başından itibaren teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, bankalar arası artan rekabet ve buna paralel olarak net faiz ve kar marjlarındaki azalmalar, bankaları kredi ve mevduat işlemlerinden farklı hizmetler sunmalarına neden olmuştur. Hizmet çeşitliliğindeki bu artış ile bankaların temel gelirleri arasında bulunan faiz gelirlerinin yanı sıra geleneksel olmayan faaliyetlerden elde edilen faiz dışı gelir kalemlerinde hızlı artışlar görülmüştür. Bankaların faiz dışı gelirlerini oluşturan bileşenler bankacılık hizmet ücret gelirleri, sermaye piyasasındaki faaliyetlerden elde edilen gelirler, finansal varlık alım-satımından elde edilen gelirler, kredilerden ve özellikle gayrinakdi kredilerden alınan işlem ücretleri ve komisyon gelirleridir. Bankaların faiz dışı gelirleri, sınırlı kaynakla ya da kaynak kullanmaksızın elde edilen kazanç kalemleridir.

Çalışmanın amacı, Türk bankacılık sektörü faiz dışı gelir oranlarının, aktif ve sermaye karlılığı oranları arasındaki ilişkinin ekonometrik olarak araştırılmasıdır. Çalışmada 2003-2022 arası dönemi kapsayan üçer aylık veriler kullanılmıştır. Çalışmada yöntem olarak zaman serisi analizlerinden yararlanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi test edebilmek için serilere yapısal kırılmaları da dikkate alan "Lee Strazicich Birim Kök Testi" uygulanmıştır. Değişkenler arasında herhangi bir nedenselliğin olup olmadığı, nedensellik mevcutsa bu ilişkinin yönünün ne olduğu "Toda Yamamoto Testi" ile karşılıklı olarak test edilmiştir. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre, faiz dışı gelir serisinden aktif ve sermaye karlılığı serisine doğru karşılıklı olarak kurulan hipotezlerde istatistiksel olarak bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığı sonucuna varılmıştır.

License



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

Anahtar Kelimeler: Bankacılık Sektörü, Banka Performansı, Faiz Dışı Gelirler, Aktif Karlılığı, Sermaye Karlılığı

JEL Sınıflaması: G00, G20, G21

leventsezal@ksu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-8873-7335>

How to Cite: Sezal Levent (2023) Examination of Non-Interest Incomes and Bank Performance Relationship in the Türkiye Banking Sector, Journal of Economics and Administrative Sciences, 24 (2): 186-194.

Giriş

Bankacılık sektörü bir ülke ekonomisi için çok önemli bir fonksiyona sahiptir. Bankalar ekonomilerde çarkların sağlıklı bir şekilde dönebilmesi için bazı temel görevleri üstlenmişlerdir. Finansal aracılık etmek, kısa vadeli kaynakların uzun vadeli yatırımlara dönüşmesini sağlamak, çeşitli kredi ve ödeme seçenekleri sunarak ticaretin gelişmesini sağlamak bankaların en temel görevleri arasındadır. Bunun yanı sıra para politikalarının etkin bir şekilde yürütülmesinde bankalara önemli bir görevler düşmektedir (Küçükbay, 2016: 13). Ülke ekonomilerinin etkin bir şekilde yönetilebilmesi için bankaların sağlıklı bir yapıya sahip olması gerekmektedir. Bu sağlıklı yapı ancak bankaların karlılıklarını etkili bir şekilde yönetebilmeleri ile mümkündür. Bankacılık sektöründe karlılıkların iyi düzeyde olması faaliyetlerinin devamlılığını sağlarken makro boyutta ise finansal sistemde istikrarın sağlanmasında önemli bir işleve sahiptir.

Bankacılık sektörü, diğer sektörlerden farklı olarak müşterileriyle uzun soluklu bir ilişkiye sahip olmakla birlikte, müşterileriyle alakalı olarak kapsamlı bilgiler toplamakta, bu bilgileri faaliyetlerinin geliştirilmesinde kullanmaktadırlar (Elsas ve ark., 2010: 1274). Bankalar gerek yeni müşteri kazanımı gerekse mevcut müşterilerini elde tutmaya yönelik olarak ulusal ve küresel ölçekte rekabet koşullarını da göz önüne alarak ürün ve hizmet çeşitliliğini artırmaya çalışmaktadırlar. Bankalar tarafında sunulan bu ürün ve hizmetlerde teknolojik yenilikler, rekabet, küreselleşme ve ekonomik koşullara bağlı olarak işlem türlerinde ve hacimlerinde sürekli bir artış gözlenmektedir. Bankalar bu gelişmelere paralel olarak faiz gelirleri dışında, aracılık faaliyetleri, hizmet ücret ve komisyonları, yatırım bankacılığı, sigorta hizmetleri gibi bir takım finansal hizmet ve ürünler geliştirerek faiz dışı gelirler elde etmeye başlamışlardır (Saunders, ve ark.; 2014:1). Diğer taraftan, bankalar hizmet çeşitlendirmesinden kaynaklanan gelirlerini sınırlandırabilecek bir takım hukuki düzenlemelerle de karşı karşıya kalabilmektedirler (D'Souza & Lai, 2003: 105).

Kredi ve mevduat döngüsü çerçevesinde elde edilen faiz gelirleri geçmişten günümüze kadar bankaların gelir tablolarında en önemli kazanç kalemleri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte bankalar komisyon ve ücret kalemlerinden elde ettikleri faiz dışı gelir kalemlerini gelir tablolarında yukarı taşıma içerisine girmişlerdir. Faiz dışı gelir kalemleri son dönemlerde banka şubelerinin başlıca performans değerlendirme kriterleri arasına girmeye başlamıştır.

2001 krizinden sonra yeniden toparlanma sürecine giren Türk bankacılık sektörü, karlılık ve sermaye yeterliliği gibi önemli göstergelerde sürekli olarak olumlu bir gelişme içerisindedir (Özdemir, 2015; Çetin, 2018). Türkiye'de konvansiyonel bankacılık sistemi karşısında her geçen gün ağırlıkları artan katılım bankacılığı, tüketici finansmanı şirketleri, finansal kiralama ve faktöring gibi alternatif finansman modellerinin gelişmesinin yanında bankacılık

sektöründe yaşanan yoğun rekabet bankaların faiz dışı gelirlere daha fazla odaklanmasının bir diğer sebepleri arasında sıralamak mümkündür. Farklı başlıklar altında alınan bankacılık ürün ve hizmet ücretleri giderek çeşitlenmekte ve gelir kalemleri arasında hacimsel büyüklüğünün artırılmasına yönelik hedefleme modelleri geliştirilmektedir.

Kar/zarar tablosu bankalar dönem içerisinde gerçekleştirdikleri faaliyetleri sonucunda tüm gelir ve gider kalemlerinin listelenerek özet durumunun izlendiği tablodur. Kar/zarar tablosunda gelir ve giderler kendi içerisinde faiz gelirleri ve giderleri, faiz dışı gelir ve giderler şeklinde ayrıma tabi tutularak kategorize edilmektedir (Çelik Kara, ve ark., 2021: 63). Faiz gelirleri kalemi içerisinde bankaların ana faaliyetleri içerisinde yer alan vermiş oldukları kredilerden kaynaklı gelirler yer almaktadır. Faiz giderleri kalemi içerisinde ise yine bankaların ana faaliyet konusu olan kredileri verebilmek için topladıkları vadeli mevduatlar, yatırım fonları ve sendikasyon kredileri gibi borç aldıkları her türlü kaynak için faiz ödeme yükümlülükleri mevcuttur. Faiz dışı gelir kalemleri içerisinde, bankaların sundukları hizmetler karşılığında aldıkları ücret ve komisyonlar yer almaktadır. Bankaların verdikleri gerek nakdi gerekse gayrinakdi kredilerden almış oldukları ücret ve komisyonlar, bankalara ait iştirak ve bağlı ortaklıklardan alınan kar payları, kambiyo işlemlerinden elde edilen gelirler, menkul kıymetlerin piyasa fiyatlarındaki artışlardan kaynaklanan kazançlar gibi gelir kalemleri faiz dışı gelir kalemleri içerisinde saymak mümkündür (Selçuk & Tunay, 2014: 3). Diğer taraftan bankaların faaliyetlerini gerçekleştirmek için katlanmak durumunda kaldığı genel işletme giderleri (personel giderleri, kira giderleri, ısınma-aydınlatma giderleri vs) gibi giderler de faiz dışı gider kalemlerini oluşturmaktadır.

Bankacılık sektörünün ana faaliyet alanları dışında alternatif hizmetlere yönelmelerinin banka performanslarına olan etkisinin belirlenmesi hem bankacılık sektörü hem de literatüre katkı sağlaması açısından faydalı olacağı düşünülmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada, bankaların son dönemlerde artan gelir kalemleri arasında yer alan faiz dışı gelir kalemleri ile finansal performansları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Literatür Taraması

Bankaların performanslarını etkileyen faktörleri inceleyen ya da performans durumlarını ortaya koyan gerek yurt içinde gerekse yurt dışında yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Literatür taraması sonucunda faiz dışı gelirler ile faiz gelirlerinin karşılaştırıldığı, bankaların performans ve karlılıklarına etkilerinin incelendiği çalışmalar Çizelge 1'de özetlenmiştir.

Çizelge 1. Literatür Taraması**Table 1. Literature Review**

Yazarlar	Ülke	Yöntem	Bulgular
Craigwell ve Maxwell (2006)	Barbados	Panel Veri Analizi	Bankaların faaliyet yapılarında faiz dışı gelir kalemlerinin başında olan şubesiz bankacılık ürünlerine daha fazla ağırlık verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.
Stiroh (2006)	ABD	Panel Veri Analizi	Bankaların faiz dışı gelire ağırlık vermelerinin ortalama sermaye getirilerini yükseltmediği gibi getiriye bağlı olarak değişkenlik yüzünden bankaların beta değerlerini artırarak daha riskli bir duruma getirdiğini tespit etmiştir.
Mercieca ve ark. (2007)	15 Ülke	Panel Veri Analizi	Araştırma sonuçlarına göre; küçük bankaların özellikle düşük faiz marjı ve düşük kâr gücü sebebiyle daha fazla kar elde edebilmek ve etkinliklerini artırabilmek için faiz dışı gelirlere ağırlık verildiği tespit edilmiştir.
Inaba & Hattori (2007)	Japonya	Panel Veri Analizi	Faiz gelirleri ile komisyon temelli işlemlerden elde edilen gelirler arasında pozitif bir ilişki olduğunu ve bu ilişkinin ROA'daki değişkenliği artırdığını ancak yönetimin istikrarını etkilemediği sonuna ulaşılmıştır.
Chiorazzo ve ark. (2008)	İtalya	Panel Veri Analizi	Araştırma sonuçlarına göre; büyük bankalarda faiz dışı gelirler ile karlılık arasındaki ilişkinin daha güçlü olmasına rağmen, büyüklük arttıkça çeşitlendirmeden elde edilen kazanımların bir sınırı olduğu bulgusu elde edilmiştir.
Williams & Rajaguru (2012)	Avustralya	Panel Veri Analizi	Banka ücret gelirlerindeki genel artışın, marj gelirindeki azalmadan daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.
Köhler (2013)	Almanya	Doğrusal ve Nicel Regresyon tahmin Modeli	Çalışma bulgularına göre, faiz dışı gelir elde etmek için kullanılan faaliyetler, ticaret ve yatırım odaklı bankalar arasında önemli ölçüde farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.
Gürbüz ve ark. (2013)	Türkiye	Panel Veri Analizi	Bankaların gelir çeşitlendirmesinin Türk mevduat bankalarının riske göre düzeltilmiş finansal performansını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.
Edirisuriya ve ark. (2015)	Bangladeş, Hindistan, Pakistan ve Sri Lanka	Panel Veri Analizi	Çalışmanın sonucunda bankaların faiz geliri getiren ürünlerde çeşitlilik yaptıklarında borsa değerinin ve ödeme gücünün arttığını, ancak bunun ötesinde yapılan daha fazla ürün çeşitlendirmesi ile borsa değeri ve ödeme gücü arasında negatif bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Louzis & Vouglidis (2015)	Yunanistan	Panel Veri Analizi	Faiz dışı gelir kaleminin net faiz gelir kaleminden daha kalıcı olduğu, ayrıca güçlü mevduat tabanına sahip bankaların faiz dışı gelirlerini artırmada daha fazla kaldıraç sahibi olduğu tespit edilmiştir.
Saunders ve ark. (2016)	ABD	Panel Veri Analizi	Araştırma sonuçlarına göre ABD'deki bankaların faiz gelirine oranla faiz dışı gelirin daha yüksek olmasını bulgularıyla bu durumun da daha yüksek karlılık ve daha düşük başarısızlık olasılığı ile ilişkili olduğu ifade edilmiştir.
Meng ve ark. (2018)	Çin	Panel Veri Analizi	Gelir çeşitlendirmesi ile sermaye karlılığı oranı arasında negatif bir ilişki bulunmuştur.
Wang & Lin (2018)	Çin	Panel Veri Analizi	Faiz dışı gelirlerin payı veya çeşitlendirme düzeyi arttıkça Çin'de bankacılık sektörünün faaliyet istikrarının azalacağını ileri sürülmektedir.
Dilmaç ve ark. (2018)	Türkiye	Veri Zarflama Analizi	Kamu bankalarının yabancı ve özel bankalara göre düşük performans karlılık, faiz dışı ve faiz gelirleri girdilerindeki artışın büyümeye ait çıktılar üzerinde yeterince yansıtılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Uzun & Berberoğlu (2019)	Türkiye	Panel Veri Analizi	Araştırma sonuçlarına göre; faiz dışı gelir seviyesinin bankaların hem aktif kârlılığı, hem de öz sermaye kârlılığı üzerinde etkili olduğunu gösterirken değişkenler arasında pozitif yönlü bir etkileşim tespit edilmiştir.
Atik (2019)	Türkiye	Panel Veri Analizi	Araştırmada, faiz gelirinden faiz dışı gelire doğru kayışın sağladığı pozitif çeşitlendirme etkisinin, daha değişken yapıya sahip olan faiz dışı gelir kaynağına eğilimin yol açtığı negatif etkiyi karşılayamadığı sanılanın aksine performansı artırmadığı, gelir kaynağında istikrar sağlamadığı ve risk seviyesini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.
Güleç & Durmaz (2020)	Türkiye	Westerlund Eşbütünleşme testi ve Dumitrescuve Hurlin nedensellik testi	Araştırma sonuçlarına göre, kısa vadede ücret ve komisyon gelirlerini arttıran bankaların net karlarında da artış gözlemlendiği fakat bu artış piyasa değerine yansıtılmadığı bulgulanmıştır.
Çelik Kara, ve ark. (2021)	Türkiye	Panel Veri Analizi	Çalışma sonucunda faiz dışı gelirin, aktif kârlılığı ve özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu; net faiz marjı ile olumsuz yönde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.
Ataol & Yazıcı (2021)	Türkiye	ADF, PP ve KPSS Birim Kök Testleri ve VAR Modeli	Faiz dışı gelir seviyesinin mevduat ve katılım bankalarının hem aktif kârlılığı hem de özsermaye kârlılığı üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.
Aydemir, ve ark. (2022)	Türkiye	Sabit Etkili GMM Analizi	Konvansiyonel ve Katılım bankacılığı karşılaştırılması yapılan çalışmada, komisyon gelirlerinin geleneksel bankalar açısından daha önemli olduğunu tespit edilmiştir.

Literatür taraması sonucunda yapılan çalışmaların kapsam ve içeriklerine bakıldığında, çalışmaların büyük bir çoğunluğunda istatistiki ve ekonometrik modeller kullanılarak farklı analizler yapıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar nicel analiz niteliğindedir. Çalışmalarda kullanılan metodlar ağırlıklı olarak panel veri analizinden oluşmakla birlikte, veri zarflama (VZA) analizi ve regresyon analizi gibi yöntemlerin kullanıldığı görülmüştür. Literatürdeki çalışmaların “bankalarda performans” konusunu ele alma biçimleri ve konuya yaklaşımlarının birbirlerinden farklılaştığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmamızda kullanılan analiz yöntemlerinin farklı olması literatüre zenginlik katacağı düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN TASARIMI VE YÖNTEMİ

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, bankacılık sektörü faiz dışı gelir oranlarının, aktif karlılığı ve sermaye karlılığı oranları arasındaki ilişki ekonometrik olarak araştırılmasıdır. Faiz dışı gelir, aktif ve sermaye karlılığı oranları için 2003-2022 arası 3 aylık veriler arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığını incelemektir.

Veri Seti

Çalışma 03/2012 ile 06/2022 dönemi 3 aylık verilerden oluşmaktadır. Araştırmaya konu olan verilerin analizinde “Eviews Programı” kullanılmıştır. Araştırmanın tarih aralığının belirlenmesinde, faiz dışı gelir rasyosuna ilişkin verilerin ulaşılabilir en eski tarih 03/2003 olduğu için başlangıç noktası olarak bu tarih baz alınmıştır. Faiz dışı gelir, aktif karlılığı ve sermaye karlılığına oranlarına ilişkin veriler Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) ve Türkiye Bankalar Birliği’nin (TBB) web adreslerinden erişim sağlanmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada, değişkenler arasında ilişki bulunup bulunmadığı, veri setlerinin trend içerip içermediği, veri setlerinde kırılmaların yaşanıp yaşanmadığıyla ilgili olarak test edilecek hipotezler şu şekilde belirlenmiştir:

- H_1 : Faiz dışı gelirler ile aktif karlılığı arasında bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.
- H_2 : Faiz dışı gelirler ile sermaye karlılığı arasında bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.

Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmada, faiz dışı gelirler ile aktif ve sermaye karlılığı oranları arasındaki ilişkiyi tespit etmek için zaman serisi analizlerinden faydalanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için öncelikle değişkenlerin durağanlıklarının belirlenmesi gerekmektedir. Verilere yapısal kırılmaların dikkate alındığı Zivot ve Andrews (1992), birim kök testleri uygulanmıştır. Değişkenler arasında nedenselliğin olup olmadığı, nedensellik ilişkisi mevcutsa yönlerinin tespit edilmesi ikili analiz şeklinde “Toda-Yamamoto” yöntemiyle test edilmiştir.

Zivot-Andrews Birim Kök Testi

Perron (1989) tarafından geliştirilen birim kök testi bir tane yapısal kırılmaya izin vermekte ve yapısal kırılma tarihi dışsal olarak belirlenmektedir. Zivot ve Andrews (1992), Perron (1989)’un önerdiği birim kök testinde yapısal kırılmanın dışsal olarak belirlenmesini eleştirerek, yapısal kırılmanın içsel olarak belirlenebildiği bir test prosedürü önermişlerdir. Zivot ve Andrews (1992), Perron (1989) birim kök testinde kırılma tarihi seçiminin verilerin önceden izlenmesine dayandığını ve bu sebeple ön test (pre-testing) ile ilgili sorunların olabileceğini belirtmişlerdir. Zivot-Andrews (ZA) birim kök testinde aşağıda verilen denklemler kullanılmaktadır (Zivot & Andrews, 1992: 254):

$$Model A: y_t = \mu^A + \theta^A DU_t(\lambda) + \beta^A t + \alpha^A y_{t-1} + \sum_{j=1}^k C_j^A \Delta y_{t-j} + e_t \quad (1)$$

$$Model B: y_t = \mu^B + \gamma^B DT_t^*(\lambda) + \beta^B t + \alpha^B y_{t-1} + \sum_{j=1}^k C_j^B \Delta y_{t-j} + e_t \quad (2)$$

$$Model C: y_t = \mu^C + \theta^C DU_t(\lambda) + \gamma^C DT_t^*(\lambda) + \beta^C t + \alpha^C y_{t-1} + \sum_{j=1}^k C_j^C \Delta y_{t-j} + e_t \quad (3)$$

Model A sabitte kırılma modelini, *Model B* trendde kırılma modelini, *Model C* ise sabit ve trendde kırılma modelini ifade etmektedir. Burada, $t=1,2,\dots,T$ zamanı, TB kırılma zamanını göstermektedir. Modellerde yer alan sabitte kırılmayı DU kukla değişkeni, trendde kırılmayı ise DT kukla değişkeni göstermektedir ve bu kukla değişkenler şu şekilde tanımlanmaktadır:

$$DU_t = \begin{cases} 1 & t > TB \text{ iken diğer durumlarda} \\ 0 & \end{cases}$$

$$DT_t = \begin{cases} t - TB & t > T\lambda \text{ iken diğer durumlarda} \\ 0 & \end{cases}$$

Kırılma noktasının tahmininde EKK (En Küçük Kareler) yöntemi kullanılarak $T-2$ sayıda regresyon tahmin edilmektedir. δ katsayısı için en küçük t-istatistiğinin elde edildiği modelde yer alan tarih, kırılma noktası olarak belirlenmektedir. Eğer δ için hesaplanan t-istatistiği kritik değerden küçük ise serinin yapısal kırılma olmaksızın durağan olmadığını gösteren boş hipotez reddedilmektedir. Bu durumda serinin yapısal kırılma ile birlikte durağan olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi

Toda-Yamamoto nedensellik testi VAR (Vector Autoregressive) modeline dayanmaktadır. Analizde, VAR modelinin uygun gecikme uzunluğunun (m) ve kullanılan serilerin en büyük durağanlık derecesinin (d_{max}) belirlenmesinin ardından $(m+d_{max})$ boyutunda bir VAR modeli tahmin edilir. Toda-Yamamoto nedensellik yaklaşımında tahmin edilen VAR $(m+d_{max})$ modeli eşitlik 3 ve 4’deki denklemlerden oluşmaktadır (Toda ve Yamamoto, 1995).

$$Y_t = \omega + \sum_{i=1}^m a_{1i} x_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{d_{max}} \delta_{1j} X_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{d_{max}} \theta_{1j} Y_{t-i} + \varepsilon_{1t} \quad (4)$$

$$X_t = \varphi + \sum_{i=1}^m a_{2i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_{2i} Y_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{d_{max}} \delta_{2j} X_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{d_{max}} \theta_{2j} Y_{t-i} + \varepsilon_{2t} \quad (5)$$

Uygun gecikme uzunluğu (m) bilgi kriterleri yardımıyla, maksimum bütünleşme derecesi (d_{max}) ise birim kök testleriyle belirlenebilmektedir. Değişkenler arasındaki karşılıklı nedensellik ilişkisinin varlığını belirlemek amacıyla $H_0: a_{1i} = 0$ ve $H_0: a_{2i} = 0$ hipotezleri düzenlenmiş WALD test istatistiği kullanılarak sınanmaktadır. Hesaplanan MWALD test istatistik değeri k serbestlik dereceli X^2 tablo değerinden büyük olması durumunda yukarıda bahsedilen hipotezler reddedilmektedir (Toda ve Yamamoto, 1995).

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde faiz dışı gelirler ile aktif ve sermaye karlılığı arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek amacı ile uygulanan testler ve elde edilen bulguların sonuçları sunulmuştur.

Zivot-Andrews Birim Kök Testi Sonuçları

Çalışmanın bu bölümünde “Zivot-Andrews testinde sabit ve trendde serilerin kırılmalarını belirlemek için C modeli dikkate alınmıştır. Düzeyde durağan olmayan serilerin birinci farkı alınıp yeniden Zivot-Andrews birim kök testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular Çizelge 3’de gösterilmiştir.

Zivot-Andrews birim kök testinde; “Seri yapısal kırılmayla durağandır” şeklinde kurulan alternatif hipoteze

karşılık “Seri durağan değildir” şeklinde kurulan sıfır hipotezinin %5 anlamlılık düzeyinde kabul edilmesi, serinin durağan dışılığının yapısal kırılmadan kaynaklanmadığını ve yapısal kırılmaların klasik birim kök testlerini etkilemediğini göstermektedir. Elde edilen birim kök testi sonuçlarına göre, faiz dışı gelirler, aktif karlılığı ve sermaye karlılığı verilerinin düzey değerlerinde durağan olmadıkları, birinci farklarında durağan olduklarını teyit etmektedir.

Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Toda-Yamamoto Modeli ile seriler arasında nedenselliğin olup olmadığı incelenmiştir. İkili test olarak gerçekleştirilmiştir. Seriler arasında nedenselliğin tespiti yapılırken, serilerin gecikme uzunluğu (k) “Akaike Bilgi Kriterine (AIC)” göre, maksimum bütünleşme derecesi (d_{max}) ise Zivot-Andrews (ZA) birim kök testine göre bulunmuştur. Sonrasında bu modele ilişkin (k) gecikmeli değerlere “Wald İstatistiği” uygulanmış ve değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin olup olmadığı tespit edilmiştir (Kocabıyık & Alptürk, 2020: 162).

Çizelge 5’de nedensellik testi sonuçlarına göre, %5 anlamlılık seviyesinde ROA ve ROE serisinden FDG serisine doğru kurulan H_0 hipotezinin reddedilemediği görülmektedir.

Çizelge 2. Veri Setine İlişkin Açıklamalar

Table 2. Explanations on the Data Set

Değişkenler	Değişkenlerin Açıklamaları	Zaman Aralığı	Veri Periyodu	Kaynak
FDG	Faiz Dışı Gelirler	03/2003	3 Aylık	bddk.org.tr, tbb.org.tr
ROA	Aktif Karlılığı	-		
		06/2022		
ROE	Sermaye Karlılığı			

Çizelge 3. Zivot-Andrews Birim Kök Testi Sonuçları

Table 3. Zivot-Andrews Unit Root Test Results

Zivot-Andrews Model(C)						
Değişkenler	Düzye Test İstatistiği	Düzeyin Kırılma Tarihi	Kritik Değer	1.Fark Test İstatistiği	1. Farkın Kırılma Tarihi	Kritik Değer
FDG	-4,2800	03/2014	-5,08	-9,3604*	12/2018	-5,08
ROA	-3,9134	09/2019	-5,08	-6,1007*	12/2010	-4,93
ROE	-2,6234	09//2019	-4,42	-4,8923*	09/2019	-4,42

* %5 seviyesinde anlamlıdır. Kritik değerler %5 seviyesinin kritik değerleridir.

Çizelge 4. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları-1

Table 4. Toda-Yamamoto Causality Test Results-1

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	d_{max}	k	Ki-Kare Test İstatistiği	Ki-Kare P - Değeri	İlişki ve Yönü
ROA	FDG	1	1	1,2087	0,2716	Yok
ROE		1	1	1,7131	0,1906	Yok

H_0 : FDG değişkeni ROA ve ROE değişkenlerinin Granger nedeni değildir.

H_1 : FDG değişkeni ROA ve ROE değişkenlerinin Granger nedenidir.

Çizelge 5. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları-2

Table 5. Toda-Yamamoto Causality Test Results-2

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	d_{max}	k	Ki-Kare Test İstatistiği	Ki-Kare P - Değeri	İlişki ve Yönü
FDG	ROA	1	1	0,1414	0,7069	Yok
	ROE	1	1	0,2202	0,6389	Yok

H_0 : ROA ve ROE değişkenleri FDG değişkenin Granger nedeni değildir.

H_1 : ROA ve ROE değişkenleri FDG değişkenin Granger nedenidir.

Çizelge 5’de nedensellik testi sonuçlarına göre, %5 anlamlılık seviyesinde FDG serisinden ROA ve ROE serisine doğru kurulan H_0 hipotezinin reddedilemediği görülmektedir. Bu sonuçlar bize istatistiki anlamda faiz dışı gelirler ile aktif ve sermaye karlılığı rasyoları arasında bir nedensellik ilişkisi olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla Türk bankacılık sisteminde faiz dışı gelirlerden aktif ve sermaye karlılığına doğru nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır. Böylece Türk bankacılık sisteminde incelenen zaman aralığı içerisinde faiz dışı gelir kalemlerinde artış ya da azalışların, bankacılık sisteminin en temel performans göstergelerinden birisi olan aktif ve sermaye karlılıklarını etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ

Bankaların temel amacı kar elde etmektir. Bu amaç doğrultusunda bankalar, tasarruf sahiplerinin ellerinde bulunan atıl fonları toplayarak bu fonlara ihtiyacı olan kesimlere kanalize eden, ekonomik aktivitelerin devamlılığını sağlayan ve ülke ekonomileri için çok önemli bir konuma sahip olan işletmelerdir. Bankacılık sektörünün sağlıklı bir şekilde faaliyet gösterebilmesi için karlılıklarını düzenli olarak artırmaları gerekmektedir. Bankaların topladıkları fonları etkin ve verimli bir şekilde değerlendirememeleri, yerine getirdikleri işlevlerden ötürü bir ekonomi için tehdit unsuru olabilmektedir. Bu nedenle, ekonomilerin çarkı durumunda olan bankaların mali yapılarının, etkinlik ve faaliyet durumlarının düzenli ve etkili bir şekilde yakından takip edilmesi gerekmektedir.

Çalışmamızda, Türk bankacılık sektörü faiz dışı gelirleri ile banka performans göstergelerinden olan aktif karlılığı ve sermaye karlılığı arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Analiz kısmında kullanılan yöntemler ve veri aralığı ile kurulan modellemeden elde edilen sonuçların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Faiz dışı gelirler ile aktif ve sermaye karlılığı arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek amacıyla uygulanan testler 03/2003 ile 06/2022 dönemini kapsamakta ve üçer aylık verilerden oluşmaktadır. Seçilen faiz dışı gelir değişkeniyle, aktif ve sermaye karlılığı arasındaki ilişkiyi incelemek üzere zaman serisi analizlerinden yararlanılmıştır. Buradan hareketle, verilere Zivot ve Andrews (1992) birim kök testleri uygulanmıştır. Çalışmada değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığı, nedensellik varsa yönlerinin tespit edilmesi karşılıklı olarak analiz şeklinde “Toda-Yamamoto” yöntemiyle test edilmiştir.

Zivot ve Andrews (1992) birim kök testi sonuçlarına göre, faiz dışı gelir, aktif ve sermaye karlılığı oranları verisinin düzeyde durağan olmadığı, birinci farkı alındıktan sonra durağan hale geldiği görülmüştür. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre ise, %5 anlamlılık seviyesinde faiz dışı gelir serisinden aktif ve sermaye karlılığı serisine doğru kurulan H_0 hipotezinin reddedilemediği yani faiz dışı gelirler ile aktif ve sermaye karlılığı arasında bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu durumda araştırmanın temel hipotezi olan H_1 ve H_2 hipotezleri reddedilmiştir. Bu sonuç, Türk bankacılık sisteminde incelenen zaman aralığı içerisinde faiz dışı gelir

kalemlerinde artış ya da azalışların, aktif ve sermaye karlılıklarını etkilemediğini göstermektedir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, literatürle ayrıışan ve örtüşen yönleri ile de dikkat çekicidir. Yapılan çalışmanın bulguları, faiz dışı gelirlerin banka performanslarına yönelik olarak bir nedensellik ilişkisi bulunamazken, Inaba ve Hattori (2007), Chiorazzo ve ark. (2008), Gürbüz ve ark. (2013), Uzun ve Berberoğlu (2019) çalışmalarında pozitif bir ilişki tespit etmişlerdir. Diğer taraftan Stiroh (2006), Meng ve ark. (2018), Dilmaç ve ark. (2018) ve Atik (2019) yapmış oldukları çalışmalarda faiz dışı gelirlerle aktif ve sermaye karlılıkları arasında negatif ya da herhangi bir ilişki bulamamışlardır.

Türkiye’de faaliyet gösteren konvansiyonel bankaların geleneksel olarak elde ettikleri faiz gelirlerinden bağımsız olarak faiz dışı gelir kalemlerinde çeşitlendirme yaparak nakit akışlarında oluşacak dalgalanmalar azaltacak, daha kararlı ve istikrarlı duruma gelebilecektir. Diğer taraftan bankacılık sektöründe faiz dışı gelirlerin toplam gelirler içerisindeki payının artması, çeşitlendirmenin meydana getirdiği pozitif etkiden daha fazla negatif etki yaratması, bankaların performanslarının azalmasına neden olması da pek muhtemeldir. Faiz dışı gelirlerin, faiz gelirlerine göre daha istikrarsız ve değişken bir yapıda olması, bu durumun sebebi olarak izah etmek mümkündür. Faiz dışı gelir yaratan masraf kalemleri genellikle bir defaya mahsus alınması ve bir daha ortaya çıkmaması bu gelir kalemini istikrarsız hale getirmektedir. Uygulamada bazı bankalar özellikle büyük yatırım kredilerinde kredinin yanında alınan peşin komisyon rakamlarını, şube ve banka gelir tablolarında dalgalanma oluşturmaması adına aylara ya da yıllara yaygın bir şekilde reeskont ettikleri görülmektedir. Faiz dışı gelir elde etmek için masraf ve komisyon kalemlerine aşırı yüklenen bankaların zaman içerisinde müşteri kaybına da uğrayabilmektedirler.

Bankaların performansları üzerinde etkisi olan unsurların belirlenmesine yönelik olarak ilerleyen dönemlerde yapılacak çalışmalarda, makroekonomik faktörlerin analiz çalışmalarına dahil edilmesi, farklı frekansta verilerin kullanılması ve analiz edilen dönemlerin farklılaştırılmasıyla çalışma daha da detaylandırılabilir. Diğer taraftan, faiz dışı gelirlerin banka performansları üzerindeki etkisine yönelik olarak, kamu, özel sermayeli ve katılım bankacılığı ayrımının yapılarak çalışmanın derinleştirilmesinin yanı sıra daha geniş bir örneklem grubu ile küresel ölçekte karşılaştırmalar yapılarak literatüre katkı sağlanabilir.

EXTENDED ABSTRACT

The banking sector has a significant function in a country's economy. They have undertaken some initiatives in order for the wheels of the economy to turn in a healthy way. Financial intermediation, ensuring that short-term resources are transformed into long-term investments, and ensuring the development of trade by offering various loan and payment options are among the most basic tasks of banks. In addition, banks have an important role in the effective implementation of monetary policies. Banks must

have a healthy structure in order for the country's economies to be managed effectively. This healthy structure is only possible if banks can effectively manage their profitability. While a good level of profitability in the banking sector ensures the continuity of its activities, it has an important function in ensuring stability in the financial system in the macro dimension.

The banking sector, unlike other sectors, has a long-term relationship with its customers, but collects comprehensive information about its customers and uses this information in the development of their activities. Banks are trying to increase their product and service diversity by taking into account the competitive conditions on a national and global scale, both in terms of gaining new customers and retaining their existing customers. In these products and services offered by banks, a continuous increase is observed in transaction types and volumes depending on technological innovations, competition, globalization, and economic conditions. In parallel with these developments, banks started to generate non-interest income by developing some financial services and products such as intermediary activities, service fees and commissions, investment banking, insurance services, in addition to interest income. On the other hand, banks are faced with several legal regulations that may limit their revenues arising from service diversification.

The Türkiye banking sector, which entered a recovery process after the 2001 crisis, is in a continuous positive development in important indicators such as profitability and capital adequacy. In addition to the development of alternative financing models such as participation banking, consumer finance companies, leasing and factoring, whose weight is increasing day by day in the face of the conventional banking system in Türkiye, the intense competition in the banking sector can be listed among the other reasons why banks focus more on non-interest incomes. Banking product and service fees under different headings are gradually diversifying and targeting models are being developed to increase the volume of income items. The profit/loss statement is the table in which the summary status is followed by listing all income and expense items as a result of the activities carried out by the banks during the period. In this table, income and expenses are categorized as interest income and expenses, non-interest income and expenses.

Within the interest income item, there are incomes arising from the loans given by the banks, which are among the main activities of the banks. Within the item of interest expenses, there are interest payments for all kinds of borrowings such as time deposits, mutual funds and syndicated loans that banks collect in order to extend their main field of activity. Non-interest income items include fees and commissions received by banks in return for the services they provide. Income items such as fees and commissions received by banks from both cash and non-cash loans, profit shares from subsidiaries and subsidiaries of banks, income from foreign exchange transactions, gains arising from increases in market prices of securities can be counted as non-interest income items. On the other hand,

expenses such as general operating expenses (personnel expenses, rent expenses, heating-lighting expenses, etc.) that banks have to bear to carry out their activities also constitute non-interest expense items.

There are many studies, both in Türkiye and overseas, that examine the factors affecting the performance of banks or reveal their performance status. When the scope and content of the studies conducted as a result of the literature review are examined, it is seen that different analyzes are made using statistical and econometric models in the majority of the studies. The studies carried out are quantitative in nature. Although the methods used in the studies mainly consist of panel data analysis, it has been observed that methods such as data envelopment analysis and regression analysis are used. It has been observed that the studies in the literature can be differentiated from each other according to the way they deal with the issue of "performance in banks" and the way they approach the issue. It is thought that the different analysis methods used in this study will enrich the literature.

In our study, the relationship between the non-interest income of the Türkiye banking sector and the return on assets and return on capital, which are among the bank performance indicators, were analyzed. The tests applied in order to reveal the relationship between non-interest incomes and return on assets and capital cover the period between 03/2003 and 06/2022 and consist of quarterly data. Time series analyzes were used to examine the relationship between the selected non-interest income variable and the asset and return on capital variables. Buradan hareketle, verilere Zivot ve Andrews (1992) birim kök testleri uygulanmıştır. In the study, whether there is a causal relationship between the variables, and if there is causality, the determination of its directions was tested with the "Toda-Yamamoto" method in the form of mutual analysis.

According to Zivot and Andrew 's (1992) unit root test results, it is seen that the data of non-interest income, asset and return on capital ratios are not stationary at the level, but become stationary after taking the first difference. According to the results of the Toda-Yamamoto causality test, it was determined that the H_0 hypothesis, which was established from the non-interest income series to asset and return on capital series at a 5% significance level, could not be rejected, that is, there was no causality relationship between non-interest income and return on assets and capital.

The findings obtained as a result of the study are also remarkable with their divergent and overlapping aspects with the literature. The findings of the study, while no causality relationship can be found for non-interest incomes to bank performances, Inaba and Hattori (2007), Chiorazzo et al. (2008), Gurbuz et al. (2013), Uzun and Berberoğlu (2019) found a positive relationship in their studies. On the other hand, Stiroh (2006), Meng et al. (2018), Dilmac et al. (2018) and Atik (2019) did not find any negative or any relationship between non-interest incomes and return on assets and capital. Unlike the studies mentioned in the literature, the fact that this study does not

include panel data analysis and regression analysis can be expressed as its current limitations.

By making diversification in non-interest income items independent of conventional banks operating in Türkiye traditionally earned interest income, fluctuations in cash flows will decrease and become more stable and stable. On the other hand, likely the increase in the share of non-interest incomes in total incomes in the banking sector will have a more negative effect than the positive effect of diversification and cause the performance of banks to decrease. The fact that non-interest incomes are more unstable and variable than interest incomes can be explained as the reason for this situation. The expense items that create non-interest income are usually taken for once and do not appear again, making this income item unstable. In practice, some banks, especially in large investment loans, widely rediscount the cash commission figures taken in addition to the loan to months or years to avoid periodic fluctuations in branch and bank income statements. It is also seen that banks, which are overloaded with expense and commission items to generate non-interest income, lose their customers over time.

In future studies to determine the factors that have an impact on the performance of banks, the study can be further elaborated by including macroeconomic factors in the analysis studies, using data at different frequencies, and differentiating the analyzed periods. On the other hand, the study can be deepened by making a distinction between public, private, and participation banking regarding the effect of non-interest incomes on bank performances. In addition, it can contribute to the literature by making global comparisons with a larger sample group.

KAYNAKÇA

1. Ataoğlu, C., & Yazıcı, M. (2021). Mevduat ve Katılım Bankalarında Faiz Dışı Gelirler ile Banka Performansı İlişkisi: Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Çalışma. *Bankacılar Dergisi*, Sayı 119, 61-76.
2. Atik, M. (2019). Türk Bankacılık Sektöründeki Faiz Dışı Gelirlerin Banka Geliri ve Riski Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*- 1(81): 271- 292, DOI: 10.25095/mufad.510681
3. Aydemir, R., Kadioğlu, M.K., & Övenç, G. (2022). Türkiye'deki Geleneksel ve Katılım Bankacılığının Karşılaştırmalı Analizi: Ücret ve Komisyon Gelirleri, Mevduat Faizleri ve Kârlılık. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2022/1, 78-105
4. Chiorazzo, V., Milani, C., & Salvini, F. (2008). Income diversification and bank performance: Evidence from Italian banks. *Journal of Financial Services Research*, 33(3): 181-203. DOI: 10.1007/s10693-008-0029-4.
5. Craigwell, R., & Maxwell, C. (2006). Non-interest income and financial performance at commercial banks in Barbados. *Savings and Development*, 3: 309-328.
6. Çelik Kara, A., Babuşçu, Ş., Hazar, A. (2021). Türkiye'deki Büyük Ölçekli Mevduat Bankalarında Faiz Dışı Gelirlerin Banka Performansına Etkisi. *İzmir Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1): 62-72. DOI:10.47899/ijss.20213106
7. Çetin, H. (2018). The Impact of Non-Interest Income on Banks' Profitabilities. *Journal of Advanced Management Science*, 6 (3), 161-164.
8. D'Souza, C., & Lai, A. (2003). Does diversification improve bank efficiency? The evolving financial system and public policy. Bank of Canada Conference, 105-127. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?DOI=10.1.1.184.1073&rep=rep1&type=pdf>
9. Dilmaç, M., Gülcü, A. & Sümer, S. (2018). Karlılık ve Çeşitlendirmenin Bankaların Büyümesi Üzerindeki Etkiliğinin Veri Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 2018, 3(2): 149-163, DOI: 10.30784/epfad.439724
10. Edirisuriya, P., Gunasekarage, A., & Dempsey, M. (2015). Bank diversification, performance and stock market response: Evidence from listed public banks in South Asian countries. *Journal of Asian Economics*, 41: 69-85. DOI: 10.1016/j.asieco.2015.09.003
11. Elsas, R., Hackethal, A. & Holzhäuser, M. (2010). The Anatomy Of Bank Diversification. *Journal of Banking and Finance*, 34: 1274–1287. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2009.11.024>
12. Güleç, T. C. & Duramaz, S. (2020). Türk Bankacılık Sektöründe Değişen Kar Yapısının Analizi: Ücret ve Komisyon Gelirlerine Yönelimin Bankaların Performansına Etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(4): 3022-3035 DOI: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.20.12.1495
13. Gürbüz, A. O., Yanık, S., & Aytürk, Y. (2013). Income Diversification and Bank Performance: E Evidence From Turkish Banking Sector. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 7(1): 9-29.
14. Inaba, K. & Hattori, M. (2007). A Contemporary Aspect of Japanese Commercial Banking: Expansion of Fee-Based Business and Its Impact on Management Stability. *Bank of Japan Working Paper Series*, 1-36.
15. Kocabyık, T. & Alptürk, Y. (2020). Güven Endeksleri ne Cds Primleri ile Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişkinin Keşfi. *International Journal of Business Economics and Management Perspectives*, 4(1):149-168.
16. Köhler, M. (2013). Does Non-Interest Income Make Banks More Risky? Retail –versus Inverstmen-oriented Banks. *Discussion Paper Deutsche Bundesbank*, 17:1-39.
17. Küçükbay, F (2016), *Bankalar ve Risk*. Nobel Akademik Yayıncılık, İstanbul
18. Louzis, D. P., Vouldis, A. T., Balfoussia, H., & Papageorgiou, D. (2015). Profitability in the greek banking system: a dual investigation of net interest and non-interest income. *Bank of Greece Working Paper*, No: 191.
19. Meng, X., Cavoli, T., Deng, X. (2018). Determinants of Income Diversification: Evidence from Chinese Banks. *Applied Economics*, 50 (17): 1934-1951.
20. Mercieca, S., Schaeck, K. & Wolfe, S. (2007). Small European Banks: Benefits from Diversification? *Journal of Banking & Finance*, 31(7):1975-1998.
21. Özdemir, O. (2015). Bankaların Ücret ve Komisyon Gelirlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Finansal Göstergelere Etkisi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Temmuz: 55-70.
22. Perron, P. (1989). The Great Crash, the Oil Price Shock, and the Unit Root Hypothesis. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1361-1401.
23. Saunders, A., Schmid, M., & Walter, I. (2014). Non-interest income and bank performance: Is banks' increased reliance on non-interest income bad? *University of St.Gallen, School of Finance Working*, No. 2014/17, DOI: 10.2139/ssrn.2504675
24. Saunders, A., Schmid, M., & Walter, I. (2016). Non-interest income and bank performance: Does ring-fencing reduce bank risk. *Working Papers on Finance*, 2014(17): 1417-1477.
25. Selçuk, H., Tunay, K.B. (2014). *Ticari Banka Yönetiminin Temelleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic.Ltd. Şti.

26. Stiroh, Kevin J. (2006). A Portfolio View of Banking with Interest and Noninterest Activities. *Journal of Money, Credit and Banking*, 38(5): 1351-1361.
27. Uzun, U., Berberoğlu, M. (2019). Faiz Dışı Gelirlerin Banka Performansına Etkisi: Türkiye Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (1), 239-248.
28. Wang, C. & Lin, Y. (2018). The Influence of Income Diversification on Operating Stability of the Chinese Commercial Banking Industry. *Romanian Journal of Economic Forecasting XXI (3) 38 (1)*, 29-41.
29. Williams, B. & Rajaguru, G. (2012). The Chicken or the Egg? The Trade-off Between Bank Fee Income and Net Interest Margins. *Australian Journal of Management* 38 (1): 99-123.
30. Yeşim, Ö., Babuşcu, Ş. & Hazar, A. (2021). Bankaların Karlılığını Etkileyen İçsel ve Dışsal Faktörlerin Analizi – Türkiye Örneği (2008-2018). *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 14(2): 29-44
31. Zivot, E., & Andrews, D. W. K. (2002). Further Evidence on the Great Crash, the Oil-Price Shock, and the Unit-Root Hypothesis. *Journal of Business & Economic Statistics*, 20(1): 25-44.



Multidimensional Scientometric Analysis for the Gig Economy

Sergen Gürsoy^{1-a*}

¹ Kariyer Geliştirme Uygulama ve Araştırma Merkezi, Öğr. Gör., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya, Türkiye

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 02.10.2022
Accepted: 20.03.2023

Acknowledgment

This study is derived from the author's PhD thesis titled "Exploring the Reasons for Participation in the Gig Economy and the Effect of Job Insecurity on Job Satisfaction According to Economic Earnings", which has not yet been published.

ABSTRACT

The phenomenon of globalization, which gained momentum after the 1980s, has become widespread in all parts of society, and research on working life has become a normal situation. The phenomenon of globalization includes the socio-economic structure of society through internet networks. It has considered necessary for individuals to turn into an online business structure that emerges through digital platforms to continue their lives to maintain welfare and peace. Thus, in the changing world order, an increase has been observed in the trending research on the structure of working life in terms of social sustainability. The study aims to obtain a holistic perspective in the multidimensional areas of the gig economy, which is the counterpart of the online working platform. For this purpose, all data (820/732) obtained from the Web of Science database specific to the gig economy has included in the research. Multiple data have analyzed using the CiteSpace software package. Trends in the gig economy within the framework of social network theory, analysis in the context of the country, author analysis, cluster analysis, and representative document analysis have presented. In this context, it is important to be able to analyze in the context of scientometrics within the scope of the literature on the gig economy to obtain systematic findings for future research on the current labor market. Moreover, it can be a source for future studies on the gig economy and can fill the lack of a holistic perspective in the literature on the gig economy. With the research, literature trends, country analyses, relationship networks, author productivity, and the interpretative equivalent of keywords in the literature are revealed. According to the analysis findings; For the gig economy phenomenon, research carries out in different areas of the socio-economic structure, and its states that the studies may increase cumulatively in the future in terms of its social importance and prevalence.

Keywords: Gig Economy, Social Network Analysis, Labor Relations, Industrial Relations, Labor Economics
JEL Codes: D85, E24, J01, L00

Gig Ekonomisi İçin Çok Boyutlu Bilimetric Analiz

Süreç

Geliş: 02.10.2022
Kabul: 20.03.2023

Bilgi:

Bu çalışma, yazarın henüz yayımlanmamış olan "Gig Ekonomisine Katılım Nedenlerinin Keşfedilmesi ve İş Güvencesizliğinin Ekonomik Kazanca Göre İş Tatminine Etkisi" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

License



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

Öz

1980'lerden sonra ivme kazanan küreselleşme olgusu toplumun her kesiminde yaygınlaşmakta ve çalışma yaşamının araştırılması olağan bir durum haline gelmektedir. Küreselleşme olgusu internet ağları aracılığıyla toplumun sosyo-ekonomik yapısına dahil edilmektedir. Bireylerin hayatlarını devam ettirebilmeleri, refah ve huzuru sürdürebilmeleri için dijital platformlar üzerinden ortaya çıkan online bir iş yapısına dönüşmeleri gerekli görülmektedir. Böylelikle değişen dünya düzeninde toplumsal sürdürülebilirlik açısından çalışma hayatının yapısına yönelik araştırmaların eğilimlerinde artış gözlemlenmektedir. Çalışmanın amacı, çevrimiçi çalışma platformunun karşılığı olan gig ekonomisinin çok boyutlu alanlarında bütünsel bir bakış açısı elde etmektir. Bu amaçla, gig ekonomisine özel Web of Science veri tabanından elde edilen tüm veriler (820/732) araştırmaya dahil edilmektedir. CiteSpace uygulaması kullanılarak çoklu veriler analiz edilmektedir. Sosyal ağ teorisi çerçevesinde gig ekonomisine yönelik eğilimler, ülke bağlamında analizler, yazar analizleri, küme analizleri ve temsili belge analizleri sunulmaktadır. Bu kapsamda gig ekonomisine ilişkin literatür kapsamında bilimetric analizler yapabilmek, mevcut işgücü piyasasına ilişkin gelecekte yapılacak araştırmalar için sistematik bulgular elde edilmesi açısından önemlidir. Dahası gig ekonomisine yönelik gelecek çalışmalar için kaynak teşkil edebilecek ve gig ekonomisi için literatürde bütüncül bakış açısı eksikliğini kapatabilecek niteliktedir. Araştırma ile gig ekonomisine yönelik literatür eğilimleri, ülke analizleri ve ilişki ağları, yazar üretkenliği ve anahtar kelimelerin literatürdeki yorumsal karşılığı ortaya konulmaktadır. Analiz bulgularına göre; gig ekonomi olgusu için sosyo-ekonomik yapıda farklı alanlarda araştırmalar yapılmış olup, toplumsal önemi ve yaygınlığı açısından çalışmaların gelecekte kümülatif olarak artabileceği ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gig Ekonomisi, Sosyal Ağ Analizi, Çalışma İlişkileri, Endüstri İlişkileri, Çalışma Ekonomisi

sergen.gursoy@alanya.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9032-2999>

How to Cite: Gürsoy Sergen (2023) Multidimensional Scientometric Analysis for the Gig Economy, Journal of Economics and Administrative Sciences, 24 (2):195-210.

Introduction

Although revolutionary processes occur in the short term in the historical dimension globally, evolutionary transformations may occur in the long run (Wallace, 1870). Toffler (2022) interprets the ongoing last stage of the revolutionary and evolutionary processes as the internet age. As technical developments increase, information has transformed into online networks.

In post-industrial societies, it observes that there is a transition to the service sector beyond the agriculture and industry sector. The increase in the internet-based digital business phenomenon within the service sector structure; has added importance to the global competitiveness of both capital and labor. In the research of Kässä and Lehdonvirta (2018), According to the shared index for internet-based labor platforms, its share that the online business structure has increased by approximately 25% annually on a global basis. As a result of the digital labor platform, recently for the gig economy, There has been an ever-increasing effort that includes workforce preferences, the impact of technology on working life, and socio-economic scope (Hu and Fu, 2021: 2). The Gig Economy includes consumers on one side, intermediary platforms on the other, and the working relationship of workers on the other. It means a one-time, temporary business relationship at the request of the consumer through the platform and is a one-time discontinuous activity (Woodcock and Graham, 2019: 9; Watson et al., 2021). The gig economy in working life has gained importance among the facts that need to be investigated in terms of the survival of working individuals and their families and the sustainability of social peace and welfare.

According to the study's main conceptual framework, it aims to analyze the gig research data obtained from the Web of Science database and to reveal its effect on the literature from a holistic perspective. The trend toward the gig economy is increasing day by day, which is the primary motivation for revealing the holistic and up-to-date perspective of the studies on the subject. In the research, a holistic view of the gig economy provide by the study trends towards the gig economy, the focus of the countries on the subject, the keyword analysis (helpful in determining the common working areas), the interpretation of the most important representative documents within the scope of the subject. It's stated in the literature that scientometric studies on the gig economy have not yet been conducted, and the research is the first scientometric study within the scope of the subject. It makes up for the lack of up-to-dateness, holistic perspective, and scientometrics studies in the literature. Moreover, it's thought that the research can be a source in gig economy studies as it is a suggestion for future scientific studies, which is the purpose of scientometric studies.

Literature Review

As stated in the World Economic Forum; the center of the power mechanism globally; The increase in the Cyber-Physical Systems and automation systems carried out by

computer and internet networks have revealed the phenomenon of the gig economy (Schwab, 2017). By allowing the way the work is carried out regardless of place and time, it is possible to obtain production and service continuously. The freelance form of the online working platform dates back to the establishment of the Elance company in 1999 and had not yet gained importance as of the period (Oyer, 2020: 3). As the process progressed, the work carried out with internet-based applications and the gig economy gained importance after the 2008 crisis (Aloisi, 2016).

North American English used the concept of the gig as a "temporary job" phrase. Since it is defined as both a one-time job and a temporary job, the concept does not mean keeping one's job regularly. It is a one-time event and has a discontinuity until the next study (Woodcock and Graham, 2019: 9). Ultimately, the gig relationship includes freelance-temporary-independent work. As Horowitz points out (2011); It states that with the transition from the agricultural sector to the industrial sector, such an evolutionary process has not been experienced in a century-old period, and the gig economy can be defined as an industrial revolution.

The "Online Labor Force Index", which examines labor markets within digital platforms, is the first economic indicator that indicates the online gig economy, equivalent to classical labor market data in working life. The number of people involved in project-oriented or temporary business structures among online platforms aimed to measure the supply and demand of online workers for countries and professions by tracking . It describes how the use of digital labor has changed over time, across countries and occupations. The first measured index (100.0) was in 2016 and the highest index (224.3) was on April 18, 2022. The structure of online work constantly increased on average. (iLabour, 2022).

There is an increase in the trend towards the academic literature, with the phenomenon of Industry 4.0 and Society 5.0, which is the current stage in the socio-economic context globally, and the gig economy, which is a temporary way of working (Batmunkh et al., 2022). The gig economy has taken its place in the labor market in the last ten years. In light of current data, the scientometric analysis of the gig economy, which is shown as the working style of today and the future, is important in terms of determining the current situation and trends for future studies on the phenomenon and revealing the necessary guidelines for the field.

Social Network Theory

Social network theory, which was introduced by Barnes in 1954, with other people around him used this theory to determine the connections of the individual. Social network theory is one of the research factors in the discovery, distribution, and use of knowledge (Dunn, 1983). Social network theory focuses on the social relations of individuals and the transfer of information,

and the effect on behaviors and attitudes obtained through the personal or platform channel (Liu et al., 2017). It helps in defining social relationships among individuals, examining relationship sources, and classifying relationships. In this context, it can reveal relations between individuals who are involved in social relations or not. Bibliometric or scientometric research techniques have been using Social Network Theory extensively, especially in recent years. As a result of bibliographic data, it allows the investigation of the social network structure, the effects on social relations, and the connection networks of the actors (institution, country, author, etc.) in the social network (Al et al., 2012).

Philosophy and Method of Research

The basis of the research is based on certain interests. Accordingly, scientific research interests constitute the source of research-oriented activities and direct research (Günbayı & Sorm, 2018). The source of interest in our research is called hermonitic interest. Within the scope of the gig economy, scientometric analysis is included in the Post-Modern/Anti-Positivist scientific understanding. For this purpose, the study is evaluated within the scope of the qualitative research method. As a matter of fact, in many studies similar to our research, qualitative interpretation of quantitative data is made in bibliometric and scientometric analysis methods (Buter et al., 2004; Buter et al., 2006; Zavarraqi and Fadaie, 2012: 277; Ibrahim et al., 2015).

Idealism, which is one of the philosophies that includes qualitative research, constitutes the main philosophy of the study. Idealism is the general name of the teachings that transform the existence, matter, object, idea, and view (Terzi, 2018: 19; Skodo, 2014). With the interpretative/hermonitic paradigm, which is the sub-paradigm of the philosophy of idealism, the minds of individuals are tried to be understood and explained. The real information to be obtained in the research is based on the perspectives and opinions of the people (Günbayı, 2019; Reeves & Hedberg, 2003; Guba & Lincoln, 2001).

According to the axiology of the research, when the international literature is searched through the Web of Science (WoS) database, the bibliographic research on the gig economy saw that only four studies are included, and especially one of them is examined through the WOS channel for bibliometric analysis. No studies used the CiteSpace software package. Research is important in terms of the almost non-existence of current scientometric studies on economics, continuous updating of the literature, and gaining a holistic perspective in terms of scientific research.

The Problem of Research

The problem in the research constitutes a source in the analysis and finding process. The research aims to support future studies within the scope of the gig economy and to

reveal future guidelines. In this context, the research questions are;

- Within the scope of the gig economy, the trends of the research in the literature follow their course?
- How can the networks of relations and productivity of countries be interpreted among the countries conducting research within the scope of the gig economy?
- How can productive writers' relationship with the gig phenomenon be interpreted within the scope of the gig economy?
- Keywords in research within the scope of the gig economy; How can the contribution and impact of flashpoints, networks of collaboration, theme (cluster) analysis, and the resulting representative documents be interpreted?

Database of the Research

In the research, data were obtained from the Web of Science (WOS) channel (Pranckutė, 2021; Li et al., 2018; Zhu and Liu, 2020), which is one of the most important and most effective databases globally. It is the oldest and most widespread database globally, providing raw data and special access opportunities for bibliometrics and scientometrics research with high reliability (Birkle et al., 2020). The WOS data channel helps us to deeply explore and examine the citation relationships of the social sciences (Web of Science Group, 2019: 2). Other reasons for WOS data channel selection; It is the oldest database globally and includes over 18 thousand very high-quality journals and approximately 1.5 billion citations (Wang, 2018). Moreover, in other databases (Scopus, Google Scholar, etc.), choosing the most appropriate data channel is very important for validity, as research data may contain duplicate data (Harzing & Alakangas, 2016). Another reason for choosing, it seems to work quite compatible with the "Plain text" plugin, which is one of the extensions of the WOS database included in the scope of the CiteSpace software package (Zhang et al., 2020). As Chen, the founder of the software package, stated in the CiteSpace guide (2016: 41), WOS is the most basic and most important database of the application.

The data in the study were obtained through purposeful criterion sampling. This sampling method includes providing data for the study to conduct in-depth research in the study (Büyüköztürk et al., 2012; Yağar and Dökme, 2018: 6). In this context, all data in the WOS database that examines the phenomenon of gig economy when the data is taken with the purposeful criterion sample constitutes the sample.

Query Scope and Research Data

By filtering "Subject" in the search tab in the WOS database, it is aimed to include the title, summary, author, keywords, and keyword pluses of the gig economy in the research with effective and appropriate data for the subject. The data query is TITLE-ABS-KEY-KEY-KEY PLS:

("Gig Economy") OR ("Gig Economies") OR ("Gig Economics"). In addition to the specified criteria, individual studies were manually confirmed. In addition, the analysis option was applied in the software package to remove possible duplicate studies. For this reason, 732 studies, not all 820 studies, are acceptable analysis data about gig studies. The reason for choosing these phrases is to present a comprehensive perspective on the subject. The scope of the search allows for the emergence of current findings on the phenomenon and making future guidelines by directly obtaining data on the gig economy. In the final sense, the date of data acquisition: 31.08.2022.

When the double studies in the WOS channel were not included in the analysis, it was 820 studies in total. To determine the trends in the gig economy from a holistic perspective, no country, time, or language restrictions were applied. The data are in order; article ($N=655$), early access ($N=77$), proceeding paper ($N=63$), editorial material ($N=46$), book chapter ($N=38$), revised articles ($N=27$), book review ($N=20$), book ($N=4$), meeting summary ($N=2$), correction ($N=1$), letter ($N=1$), news item ($N=1$) were included in the study.

Analysis Method of Data in Research

After the 1960s, Bibliometrics, Scientometrics, and Informetrics research gained a high trend in academia to obtain a holistic view of the data (Qiu et al., 2017). The common goal of various metrics; The aim is to address the related components to provide dynamism to the cumulative accumulation of literature with different disciplines (Hood and Wilson, 2001). On the other hand, there are definitional and usage differences in metric methods. Bibliometric expressions; It is based on document, library, and information management. Scientometric expressions; It aims to find inferences and suggestions for the course of scientific research (academic literature). The Informetrics method, on the other hand, is the rapid development of information technologies and the analysis of information through informatics (Yang, et al., 2016; Brookes, 1990; Wang and Pang, 1998). As the aim of our research, it is seen that the scientometric method is more appropriate since the target is determined to produce inferences and policies for the academic literature. Scientometric methods are the analysis method used to evaluate studies for scientific research and to take a role as a guide to science policy (Egghe, 2005). The scientometric method plays a fundamental role in deciding and managing scientific developments with mathematical methods in the academic literature (Qiu et al., 2017). The bibliometric method is preferred in order to keep the bibliographic studies on the gig economy up-to-date and to not have used bibliometric studies within the scope of the subject yet. Moreover, since the gig economy phenomenon has the potential to affect current and future fields of study, it was deemed necessary to evaluate the literature on the subject and propose policies for future studies. Algorithm-based scientometrics analysis, which provides the

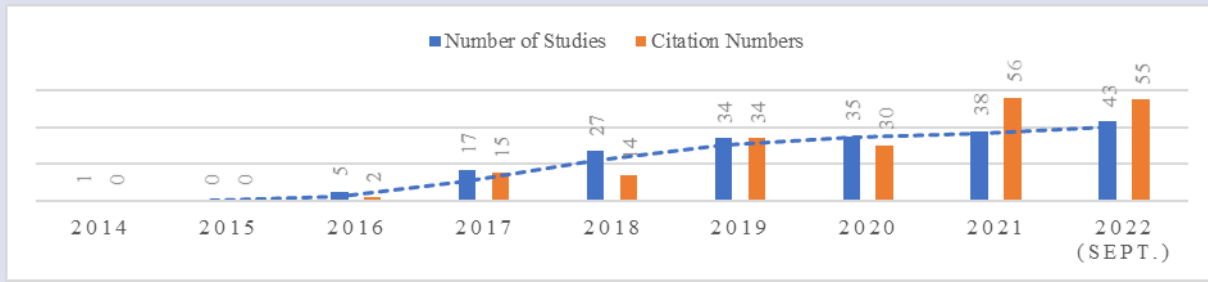
opportunity to gain a holistic perspective and visualize research with technological developments, has recently increased its importance (Petticrew and Roberts, 2006). Scientometric analysis techniques produce transparent, consistent, and objective results for the determined study group (Eck & Waltman, 2014). In both micro and macro context, it aims to reveal future guidelines by making the phenomenon recognizable by sharing findings for university institutions and policymakers (Sooryamoorthy, 2020). It is a very valuable technique in terms of using the data on the subject as a whole and revealing important connections or gaps in various fields (Hu and Zhang, 2017). Research questions have been a source for the use of scientometric analysis within the scope of the gig economy. Research trends in the academic literature on the gig economy allow inferences to determine how much importance is attached to the scope of the subject and its potential. The analysis of the countries and authors will play a role in enabling the grounding of the subject based on the countries and authors working primarily for future studies within the scope of the subject. Most importantly, keyword and theme analysis; provides the opportunity to present policies on which areas of gig economy research are trending, which areas are lacking, and which areas need to be studied.

The 6.1.R3 version of the CiteSpace software package was used in the study. The software package has gained popularity with its emergence (Ping & Chen, 2017). Authors, countries, keywords, research trends, etc., specific to the subject studied. It is a Java-based application that visualizes and analyzes relationships (Chen, 2006; Cobo et al., 2011). In the study conducted by Dang et al. (2021: 5), analysis software packages such as VOSviewer, BibExcel, UCINET, and CiteSpace were tested, and it was concluded that CiteSpace had fewer errors and missing/escaping codes and this affected the reliability of the research. According to Li and Chen's (2016) research, it was determined that CiteSpace was the application with the highest level of coverage for using multidimensional bibliographic link networks and multiple analysis techniques. Globally important scientists; It is based on revealing research trends, research limitations, and research points by considering the literature standing in mass (Dang et al., 2021: 4).

Results

Numbers and Trends of Gig Economy Studies

820 data were put into the software package, and 732 of these data could be read and included in the analysis. Approximately 90% of the studies obtained from the WOS data channel were included in the analysis. According to the findings, it is seen that the first study on the gig economy emerged in 2014. Although there was no study in 2015, there was a continuous increase in the number of studies and citations in the following years.



Şekil 1. Gig Ekonomisi İçin Çalışma Sayısı ve Eğilimler
Figure 1. Number of Studies and Trends for the Gig Economy

Table 1. Top Five Countries by Number of Publications

Çizelge 1. Yayın Sayısına Göre İlk Beş Ülke

Frequency	Centrality	Burst	Countries	Years	Half-Life
213	0,35	3,68	USA	2014	5,5
140	0,51		ENGLAND	2016	3,5
73	0,13		AUSTRALIA	2017	2,5
41	0,15		CHINESE	2017	3,5
39	0,10	2,82	CANADA	2017	2,5

No study has been carried out in 2014 on the gig economy. It is seen that organizations such as Freelancer.com (2022), which was established in 2004, and Uber (2022), which was established in 2009, have not yet become widespread as of the period. As the dominance of these organizations in working life increases, it is observed that the trend of research also increases. The years 2015-16 and 2016-17 have been the breaking points of sudden breakthroughs in research on the concept of the gig economy. At this stage, the rise of the gig economy inevitably emerges as a result of the penetration of technological transformation into society. The prevalence of Uber in all countries of the world was towards 2015. As of this year, it has been put into use in 58 countries and more than 300 cities that have spread globally (Melhem, 2015). There has been an increase in the number of research and the number of citations, especially between 2016 and 2017, and progress has been made with great proportions. Filtering was done over the WOS data channel by considering the breakout periods between 2015 and 2017, and it was observed that the most cited studies were mainly about the labor market and working conditions (Graham et al., 2017; Spreitzer et al., 2017; Fleming, 2017; Stewart and Stanford, 2017; Chen and Sheldon, 2016).

In 2018, it was seen that the Covid-19 pandemic did not begin, so the number of studies on the gig economy increased at its usual pace. With the effect of the pandemic, the trend towards online working structure has increased, which has brought the trend in the literature (Chen et al., 2022; Webb et al., 2020; De et al., 2020; Isin and Ruppert, 2020). Many authors have stated that there are new business structures regarding the gig economy and increases in the form of remote work during the pandemic process (Umar et al., 2021; Spurk and Straub, 2020; Harpur

and Blanck, 2020; Stephany et al., 2020). In 2020, with the increase in the number of online jobs and workers, the interest in the gig economy has increased, bringing high numbers of studies and citations in the literature.

Country-Based Studies and Collaborations

As a result of the analysis of the data, nodes and links about the countries have emerged. Research on the gig economy was conducted in 58 different countries. Countries have established 143 networks, and each country has an average of 2,46 networks.

It is seen that developed countries are dominant as the country of origin of studies on the phenomenon of the gig economy. The USA, which has emerged as the only country that has developed the process since the first study within the scope of the gig economy, is the country with the highest number of publications. The prevalence of this interest, the high bursting point and centrality rate, and the long half-life confirm the importance of the US in the phenomenon of the gig economy. It is seen that the country that creates a source for the infrastructure for academic literature is the USA. The high importance attached to entrepreneurship and start-ups in the US country makes it commonplace to increase interest in the gig economy and thus online business forms (Reynolds & Curtin, 2008; Ziakis et al., 2022; Finkle & Olsen, 2019; U.S. Department Of Labor, 2022).

It has been seen that the studies originating in England mostly consist of studies on the economy, management, Organization, and industrial relations. It is seen that England is the country with the highest centrality rate and therefore the level of importance of the studies. Because England has such a high degree of centrality, it is seen that the country's studies are constantly important in every period.



Şekil 2. Ülkeler Arası İlişki Ağı Haritası
Figure 2. Inter-Country Relationship Network Map

Table 2. Top Five Authors by Number of Publications
Çizelge 2. Yayın Sayısına Göre İlk Beş Yazar

Frequency	Authors	Years	Half-Life
13	Graham M.	2017	2,5
12	Lehdonvirta V.	2017	1,5
8	Gandhi A.	2018	0,5
8	Sucahyo Y.	2018	0,5
6	Wood A.	2019	-0,5

Research originating in Australia has focused mainly on the industrial relations system. It has been observed that there is a high level of interest in working conditions. It has been observed that the dependent employment rate of both countries is low (OECD, 2022). It is considered normal that academic studies on the subject are so high due to (OECD, 2022) the increase in demand for temporary work (due to the observance of work-life balance).

The country of China is in fourth place in the number of studies, and it is seen that a significant level of the increase in the studies on the case, which has only started in 2018, is related to industrial relations due to the Covid-19 pandemic (Umar et al., 2020; Chen et al., 2022; Wu et al., 2019; Charness and Chen, 2020).

In Canadian studies, it is seen that concepts such as job security problems, emotional labor factors, welfare phenomena, and risk conditions are given importance (Stewart & Standford, 2017; Ashford et al., 2018; Lewchuk, 2017; Zwick, 2018). With the protection of individual rights in Canada and the direct inclusion of 13% of workers in the gig economy (Cision, 2022), it is seen that the interest in working conditions is normal and is among the subjects that can be worked on in the future. Considering the online business structures for other countries, it is thought that inferences can be made for the gig economy.

The colors in the nodes define the temporal dimensions. Lines between nodes indicate relationship networks (Chen, 2014). When the network of relations

map is analyzed, it is seen that the ratio of connection networks of the Netherlands-Norway countries is 1.0 and there is a high correlation between them. Both countries conducted research mainly in the fields of management and industrial relations, and their connections were inevitable. In addition, it is seen that a 0.71 level of relationship network has been established between Norway-Finland, Russia-Türkiye, Switzerland-Portugal, South Korea-Wales, and Indonesia-Taiwan. It has been observed that the ratio of relations networks is low due to the high number and prevalence of relations networks in the countries that produce the most publications.

Authors' Productivity

Considering the authors for the gig economy, 127 networks of connections were identified among 225 different authors or authors. In 2019 ($N=45$), the tendency of the authors toward the phenomenon increased, and the relationship connections reached the highest level in this period.

Unlike other authors, Graham, who had the highest number of studies, had a centrality rate of 0,01 (no rate for any other author) and a half-life rate of 2,5. Therefore, it is seen that the author is an important and long-term writer in the eyes of gig economics. Graham's work mainly consists of factors that directly concern working life such as flexibility, insecurity, bargaining power, labor process, and commodification (Anwar and Graham, 2021; Anwar

and Graham, 2020). Lehdonvirta, which has the second highest number of studies; It has been observed that the gig economy conducts research by addressing interests related to the field of labor economics, such as flexibility, digital work, worker, freelance work, job quality, non-standard work, online labor markets (Wood et al., 2019; Graham et al., 2017; Lehdonvirta, 2018; Kässi and Lehdonvirta, 2018). The studies of Gandhi, which ranks third in terms of the number of studies, it has been observed that research are carried out in the context of work psychology by considering concepts such as motivation factors, intention, and satisfaction (Prabowo et al., 2019; Auditianto, 2019). In Sucahyo's research on the gig economy, themes such as sustainability, business models, behavioral intention, technology acceptance, and online courses appear to be dominant (Maulana et al., 2018; Gandhi et al., 2019; Alif et al., 2020).

Considering the referenced authors as well as the productive authors; Researchers such as Wood, Graham, Stewart, Smicek, Rosenblat, Lehdonvirta and Gandini seem to come to the fore. It is seen that when the research areas of the authors who ultimately conducted the research or whose researches are referenced are

taken into consideration, it can constitute a basis for future research.

Analysis of Keywords

According to the research findings, it is seen that 329 different keywords and 1581 link networks have emerged. The difference in keywords brings with it an increase in relationship networks. It has been observed that there have been sharp increases in the number of keywords and relationship networks, especially between 2018-19 and 2020-21.

According to the analysis findings, it is obvious that the most used word is gig economy ($N=345$). It is seen that the second most used keyword for the gig economy is worker ($N=101$). Then, the words work ($N=84$), sharing economy ($N=62$), and employment ($N=41$) took place in order. When the words are considered in general, it is seen that this situation, in which the concepts of employment, worker, work, labor, and economy are studied, is closely related to the field of labor economy. It is seen that the number of citations in some studies on this field is higher than in others. (Wood et al., 2019; Howcroft & Bergvall-Kareborn, 2019; Lehdonvirta, 2018).



Şekil 3. Anahtar Kelime Sıklığına Göre Bulut Kümeleri
Figure 3. Cloud Clusters by Frequency of Keywords

Table 3. Keywords with the Strongest Citation Bursts

Çizelge 3. En Güçlü Atıf Patlamalarına Sahip Anahtar Kelimeler

Keywords	Strength	Begin	End	2014 - 2022
Sharing Economy	2,68	2017	2018	
Decision	1,77	2017	2018	
Precarious Work	1,73	2017	2019	
Migration	1,87	2018	2019	
Union	2,14	2019	2020	
Job Satisfaction	1,84	2019	2020	
Self Employment	1,78	2019	2020	
Digital Labor	2,45	2020	2020	
Uber	2,09	2020	2020	
Big Data	1,92	2020	2020	
Internet	2,78	2021	2022	

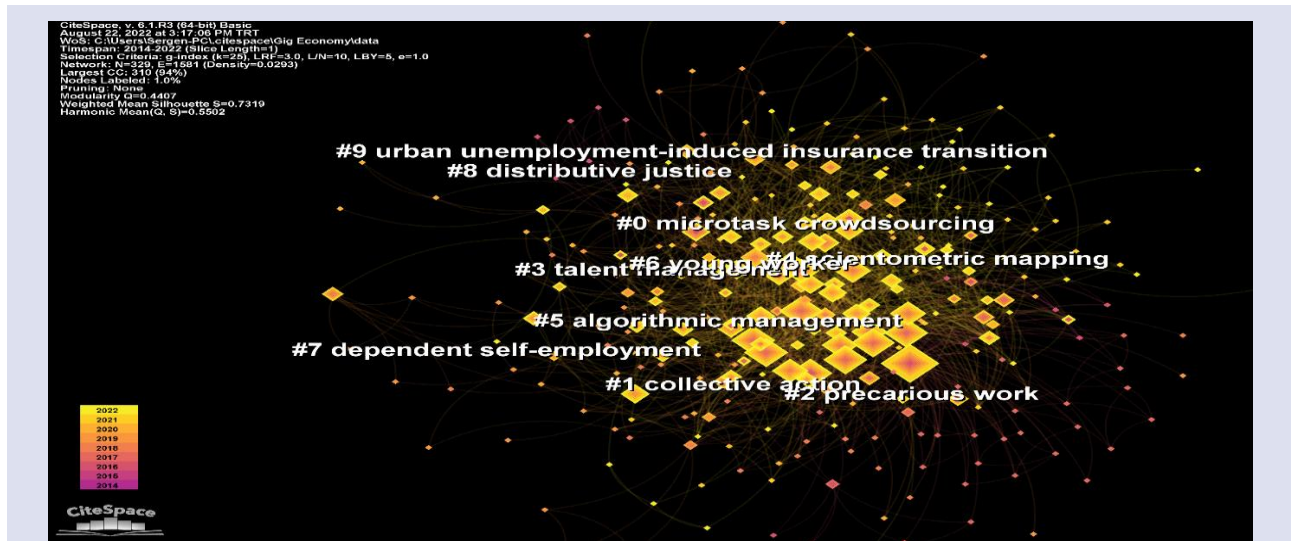
The red lines in the graph appearing in the explosion degrees indicate that the trends every year are higher than the investigated variables. It has been observed that the trend of keywords in research on the gig economy increased in 2017. It has been seen that the trends for keywords such as sharing economy, decision, and risk-instability are higher compared to other words. It has been determined that the word with the longest research tendency is about risk and instability in working life. The fact that risk has gained such importance on an economic basis has been the result of employees moving away from the New-Deal social insurance approach (Friedman, 2014; Corujo, 2017). The increase in research on gig workers has been the result of the necessity of investigating the problems related to the scope of social policy (Stewart & Stanford, 2017; Gregory, 2021).

There has been an increase in work trends toward phenomena such as migration, unions, job satisfaction, self-employment, digital work, and big data. It is seen that the keyword with the highest impact power is the internet. Since internet technologies are directly related to the way the Gig economy works (Graham et al., 2017; Alanezi & Alanzi, 2020), the continuity of research on this concept is seen as usual. Considering the level of

centrality, concepts such as gig economy (0,28), job (0,15), precarious job (0,14), sharing economy (0,13), economy (0,09), and worker (0,08) are seen to be of high importance. When these concepts are examined as a whole; As a result of new business structures in the gig economy, it is seen that studies in the field of labor economics and industrial relations gain importance and may gain importance cumulatively in the future (Healy et al., 2017; Economicshelp, 2018).

Cluster/Theme Analysis of Keywords

Cluster (theme) analysis is important in terms of reflecting the themes of the most emphasized words and phrases through the algorithm within the software package. Within the scope of theme analysis, the modularity rate indicates the extent to which the clusters diverge from each other. The silhouette value, on the other hand, expresses the quality of the resulting cluster (Chen, 2016). The keywords of the research examined within the scope of the gig economy are very important in terms of determining the clusters by theme/cluster analysis, discovering the content, and providing a holistic perspective.



Şekil 4. Anahtar Kelimelerin Küme/Tema Analizi
Figure 4. Cluster/Theme Analysis of Keywords

Table 4. Cluster Analysis Representation of Keywords First Three Labels

Çizelge 4. Anahtar Kelimelerin İlk Üç Etiketinin Küme Analizi Temsili

ID	Size	Mean Silhouette	Mean Year	Terms (Local Linear Regression)
0	45	0,707	2019	Microtask Crowdsourcing (91,09, 1,0E-4); Giving Voice (91,09, 1,0E-4); Sensitive Design (91,09, 1,0E-4); Presenting Amazon (86,02, 1,0E-4); Data Sample (86,02, 1,0E-4)
1	44	0,691	2019	Collective Action (132,14, 1,0E-4); Insecurity (104,3, 1,0E-4); Platform Worker (99,43, 1,0E-4); Political Development (97,09, 1,0E-4); Creativity Hoax (92,36, 1,0E-4)
2	40	0,683	2017	Precarious Work (123,72, 1,0E-4); Sharing Economy (109,67, 1,0E-4); Gig Worker (79,06, 1,0E-4); Digital Platform (72,79, 1,0E-4); Systematic Literature Review (72,23, 1,0E-4)

Table 5. Key Representational Documentation of Keyword Clusters**Çizelge 5.** Anahtar Kelime Kümelerinin Anahtar Temsili Belgeleri

Cluster #	Citing Papers	Coverage %
#0 Theme	Nelson, G (2020) The Gig Economy Comes To Academia: Job Satisfaction Among Adjunct Faculty. Cogent Education Doi 10.1080/2331186x.2020.1786338	11
#1 Theme	Morales-Munoz, K (2022) The Spatiality Of Collective Action And Organization Among Platform Workers In Spain And Chile. Environment And Planning A-Economy And Space Doi 10.1177/0308518x221103262	8
#2 Theme	Daramola, O (2022) Affordances Of Digital Platforms In Sub-Saharan Africa: An Analytical Review. Electronic Journal Of Information Systems In Developing Countries Doi 10.1002/isd2.12213	9

As a result of the cluster/theme analysis for the gig economy, suitable-good values such as Modularity (Q) value: 0,4407 and Silhouette (S) value: 0,7319 were obtained. The labels of the themes/clusters were analyzed using the Local Linear Regression (LLR) algorithm. This algorithm is used to reveal the most effective and important clusters (Wei et al., 2015: 11). Using analytical analysis, it represents the odds ratios of the labels that best reflect the cluster (Chen, 2006). In total, ten different clusters emerged. The first three clusters were included in the scope of the studies with the similar number of studies.

When the research on the gig economy is examined as a whole; According to the #0 cluster covering keywords in 2019, micro tasking crowdsourcing, precision design, amazon presentation, sample data, etc. It is seen that internet-themed studies are predominant. Internet-themed studies emerge as an indispensable element of the new labor market in creating the infrastructure for a flexible economy (Goodman and Paolacci, 2017; Porter et al., 2020; Gawer and Srnicek, 2021). It is foreseen that internet-oriented studies can continue with such high importance for internet themes. In cluster #1, collective behavior, precarity, political development, creativity deception, etc. Critical concepts are explored. The prevalence of these critical factors among employees is normally associated with the security problem in the gig economy (Bieber and Moggia, 2021; Ashford et al. 2018). For the job insecurity factor, as a result of the effect of the pandemic, the future concerns and psychological disorders of young people and highly educated individuals who have been isolated from society for a long time emerge (Giorgi et al., 2020). Sharing economy in cluster #2, which ranks third in number; It is seen that the factors that constitute the infrastructure of the phenomenon such as gig employees and the digital platform are at the forefront. gig economy; Since platform economy and sharing economy were sub-themes, it was inevitable to work in these areas (Chen & Sheldon, 2016: 2; Berg et al., 2018). In the #3 theme (N=34), it is seen that there are many studies based on organizational management such as talent management, business identity, entrepreneurship, SCM manager, and motivation. In the #4 theme (N=33), based on 2020, the period when the Uber business spread globally; Concepts such as uberization, digital labor platform, cognitive sustainability have taken their place. In the #5 theme (N=31), factors such as algorithmic management, consumer behavior, and

business context seem to be at the forefront. In cluster #6 (N=30), the current requirements of working styles such as young workers, social support, and self-employment emerge. In cluster #7 (N=23), digital labor market, dependent self-employment, neo-liberal industrial relations, etc. Research on the concept of working in the post-industrial social order is intense. In cluster #8 (N=15), distributive justice, negotiation behavior, psychological contracts, etc. It has been determined that the items in the field of work psychology are predominant. In the #9 theme (N=15), _hemes insurance, unemployment insurance, _hemes services, etc. It has been determined that studies based on employee rights and responsibilities are concentrated. In the final sense, the _hemes are located in multidimensional fields (mainly social sciences) that concern all segments of society in socio-economic terms (Kaine and Josserand, 2019; Belanche et al., 2021; Malik et al., 2021: 13).

Representative Documents in the Context of Keywords

As a result of the cluster analysis, the highest ones among the representative documents included in the content that made the theme important were expressed. The ones with the highest coverage value from all the different _hemes are included in the analysis, and thus a multidimensional holistic perspective is tried to be put forward.

Nelson et al. (2020), which has the highest coverage rate in the #0 theme, examines the relationship between the concept of the gig economy in educational sciences and adaptation to working life. It has been stated that the effect of the status of adjunct faculty members working indefinitely in college and higher education in the USA on job satisfaction is similar to that of assistant faculty members and permanent faculty members. In the #1 theme, Morales-Munoz and Roca (2022), who reached the highest coverage value, share their perspectives on organizations specific to Spain and Chile. It is seen that the social media channel is used for factors such as the transfer of experiences, organization, and solidarity in the classical labor structure. In the postmodern labor structure, it is seen that the local organizations, in the beginning, evolved into a multi-scale structure independent of location in the later process. According to the research of Daramola and Etim (2022), which has the highest coverage rate in the #2 theme; The possibilities created by digital platforms were

expressed. With the prevalence of digital platforms in the Sub-Saharan African region and the lack of support from public/private partnerships in this context, there has been an increase in job opportunities for unregistered businesses. In the study of Bellesia et al. (2019) in cluster #3; Within the scope of irregular business relations in online labor markets, the necessity of creating a job identity for gig employees has been put forward. It is stated that the working structure in the gig economy is in a structure that can restrict the actions of the employees who are asked to continue their labor through internet technologies. It also focuses on improving the orientation of workers towards entrepreneurship in their working characteristics. Klarin and Suseno (2021) reached the highest coverage value in the #4 theme, in their study; It is seen that the Scientometrics analysis method is used with more than two thousand data sets for the sharing economy over the WOS database. Future directions are shared regarding the need to work on business models and entrepreneurship structure in the sharing economy. The study laid the groundwork for the continuation of gig economy research, which is a subset of the sharing economy, for future periods. Healy et al (2020) in cluster #5; tried to express consumers' perspectives towards work and work within the gig economy. Consumers expressed positive views on gig workers' finances, work patterns, and job opportunities. As platform economy research increase continuously, the demands of workers may increase and it will be inevitable for a sustainable society to respond to these demands. #6 set Hossain Khan et al (2022); He made inquiries about social support in case of illness or accident for gig employees. The perception of self-employment in the online working structure has rapidly spread insecurity. Support for online workers in different countries has been examined, and the necessity of meeting the needs of employees for a sustainable labor market has emerged. Williams and Horodnic (2019) in #7; There is a perception that dependent self-employed workers are subcontracted by large companies and that workers are included in the precarious working style. In the context of thirty-five European countries, there is an opinion that the realities of self-employment are revealed against the erroneous perception of employees. In cluster #8, Lemmon et al. (2016) investigate the work performance of independent contractors with psychological contracting, distributive justice, and negotiation behavior in the gig economy phenomenon. It reveals the source and mutual influence of the employee-employer relationship of the psychological contract theory and reveals the key role of negotiation in the independent contractor's performance of the psychological contract. Yuan et al. (2019) on theme #9; He is researching the unemployment and health insurance system for the constantly changing employment relations in the country China. According to the study, the necessity of adapting the health insurance system according to the working style emerges.

When the gig economy is examined in general, it is seen that Industry 4.0 and Society 5.0 phenomena, which form the basis of the concept, contain multidimensional

concepts that cover all segments of society as a result of technological transformations (Robla-Gomez et al., 2017; Yang et al., 2019; Wang et al., 2016). It is usual for the gig economy studies, which are the subset of these social transformations, to be intensively examined in the socio-economic field (820/702 studies), which is directly related to working life. It is seen that the representative documents obtained by cluster analysis are mainly handled with multidimensional concepts in the field of social sciences. As gig employees tried to adapt to the working conditions of the period so that they and their families could survive, it was inevitable to examine the phenomenon predominantly in the socio-economic field. It has been very important to describe the state of the work structure in terms of the sustainability of social welfare and peace (Lupu and Castro, 2021; Novitz, 2021), and being able to make inferences about current situations and the future will have very important results.

Conclusion

For the concept of the gig economy with scientometric analyzes revealed on the axis of social network theory; A multidimensional holistic perspective tried to be revealed by making trend, country analysis, author, and reference analysis, keyword, and cluster analysis. Interpretations and visualizations of actors and relationship networks were made for the theory.

As a result of the findings, It is seen that the first study on the gig economy was in 2014, but there was no rapid increase in numbers until 2017. After 2017, the trend increased rapidly, and the number of studies and citations reached the highest level in 2021-22. While many factors can show the increase in the counted years, it claims that some of the biggest factors are the result of Uberization and the Covid-19 pandemic (Fleming, 2017; Spurk and Straub, 2020; Harpur and Blanck, 2020; Stephany et al., 2020). According to the findings of the study conducted by Glasner (2021); The countries most likely to show a positive relationship between the minimum wage and uninsured employment are those with a low labor market density and an active Uber work structure. This situation has brought with it many issues that need to be investigated. It claimed that the current debates on the gig economy are carried out in terms of worker status, social rights and responsibilities, legal protections, and organizational form (Nwafor et al., 2022; Atkinson, 2022; Chiu, 2022; Nair, 2022). It is thought that studies on the subject may increase as online business structures gain dominance in the future (Lund et al., 2020; Deloitte, 2020; Bick et al., 2021). The countries that carry out the most work in the gig economy are determined as the USA, England, and Australia, respectively. The centrality rate of the UK and the USA, that is, the level of importance in their work, is quite high compared to other countries. According to the study findings of Batmunkh et al. (2022), the countries that conduct the most research within the scope of the gig economy are in line with our findings. It is the countries with the highest centrality level are similar to the online labor force index data. The iLabour Project data

(2022) is analyzed, the USA is the first and the UK is the second in the online labor force index. In the third place, India (due to software and technological developments) has come to the fore compared to other countries. This work shows that the first ten countries expressed in the findings of our research can use the online business format more intensely when compared to other countries (Ziakis et al., 2022; Finkle and Olsen, 2019; (iLabour, 2022)). The most influential authors in the gig economy are Graham, Lehdonvirta, Gandhi and Sucahyo. It will be important for researchers who will work within the scope of the gig economy to obtain resources by considering the research areas of the authors. In the cluster/theme analysis of the keywords, the spread of the keywords for the gig economy according to time, they included in the scope of multidimensional research in various fields within the context. However, when the keywords are examined as a whole, although there is a diversity of fields, the studies mainly include it is mainly examined in the fields of labor economy and industrial relations such as employment, worker and labor, and working structure. Seven of the eleven concepts that reach the strongest citation burst points from the keywords are directly related to working life. Although it gained popularity from time to time in the eight years, studies in the field continued. Cluster analysis was performed using the CiteSpace software package algorithm and ten various themes emerged. As a result, representative documents were obtained and the most comprehensive representative documents in each different theme were analyzed in the finding phase. Individuals need to adapt to the working conditions of each period to sustain their lives. According to the results of the analysis of the representative documents, the gig economy, which is a subset of Industry 4.0 and Society 5.0 phenomena, is aimed at working life; It is seen that subjects such as working conditions, industrial relations, psychological consequences, employee rights and responsibilities are mainly studied in the socio-economic context. Considering that the online business structure will gain more intensity in the future, it is thought that the importance of gig economy research will increase and studies in different dimensions can be carried out cumulatively. The density is related to the multidimensional sub-branches in the field of social sciences. Although the concepts such as social rights, taxation, ethics, and welfare assurance are not yet at the desired research level, they are among the important issues for working life and it is important to emphasize this deficiency for future studies (Batmunkh et al., 2022). As a matter of fact, according to the results of the study conducted by Abraham et al. (2021), the need for information was shared to determine the situation regarding the rise of self-employment, the gig economy in self-employment, and the impact on gig workers. This information need is based on tax data and self-employment annual socio-economic data. Current deficiencies in the gig economy are important for revealing the research that needs to be studied. Being able to adapt to the gig economy as a necessity of the current working style will be important for the sustainability of social peace and welfare (Larsson

and Teigland, 2020). As a result of its direct interest in working life, it may be important to work in the journals included in the scope of labor economics and industrial relations in order to fill the research gaps. The fact that the subject is carried out intensively with studies originating in labor economics and industrial relations is the result of the fact that the concept takes place in a socio-economic field. Considering that the phenomenon is new in a global sense and will cover all societies in the future, we provide a multidimensional and holistic perspective on the subject and become a guideline and a resource for future studies.

Extended Abstract

After the 1980s, when globalization gained momentum, the popularity of access to computing networks increased. Instant access to information, money, culture, and trade has begun. Technology-intensive transformations have been experienced in all segments of society. Technological transformations have also emerged as a factor in the labor market, which is the means of sustaining the lives of society and the individuals in which it is located. It has been inevitable to adapt to the digital working order for the continuity of a sustainable society in prosperity and peace. In this context, an increase has been observed in the literature on this subject, especially after the 1980s. As a result of these trends, research on digital working order has been carried out in various fields. The fact that the subject is of such high importance has played a resource role in revealing a holistic perspective of the studies on the subject.

With the evolution of the intensive working life of the industrial sector towards the service sector, digital business structures based on the internet have become inevitable. Internet-based business platforms, especially the concept of the gig economy emerge as a combination of temporary, internet-based, on-demand work factors. The concept of the gig economy has gained importance with the inclusion of the working structure within the socially trending factors (internet networks, digital business structure) so that individuals can maintain their lives in a chaotic environment with the 2008 world global crisis. With the facts of Industry 4.0 and Society 5.0, artificial intelligence technologies are effective in creating an increase in the digital-intensive work environment for all segments of society, therefore the labor market. In the future, with the emergence of the Covid-19 pandemic process, individuals must go beyond their physical classical work. It has become inevitable for individuals to adapt to the working conditions of the day to increase their life and business opportunities. In this context, the concept of the gig is revealed as the definition of "temporary staging", which is used extensively in North American English, and adapted to working life. Upon request of the service, it is interpreted as a one-time, non-continuous action for the service provider.

With the digital transformation and increasing social networks, inter-individual connections are gaining momentum. In this context, social network theory is an important approach for determining and interpreting the

connections between individuals. Discovering and sharing information with social network theory plays a role in the transmission of information through social relations and communication through platforms. Interpretation of social networks is an important step, especially as a result of the scientometric research technique. For this reason, it is very important to determine the relationship networks of the actors in the social networks in the literature on the gig economy and to make comments on the connections.

The most important resource for determining the research method is to determine the interest. The source of interest in the research is the hermonitic approach. Data were evaluated by using qualitative research methods within the framework of post-modern/anti-positivist scientific understanding. In the light of quantitative data, the interpretation of qualitative data was made. Through the philosophy of idealism (sub-paradigm interpretive approach), the situation of the individual/ institution/ country is interpreted by obtaining facts through the minds of these actors. Ultimately, all concepts are aimed at obtaining findings as a result of individuals' minds and perspectives. It is seen that certain criteria come to the fore in the context of the axiology of the research. First of all, international literature on the subject was searched within the Web of Science (WOS) database and bibliographic comprehensive data on the phenomenon of the gig economy were revealed. Gig economy data based on bibliographic studies were included in only four studies and it was seen that especially one of them was directly in this context. In addition, there has not been any study that obtained findings on the gig economy using the CiteSpace software package. The research is very important in terms of the fact that there are almost no current scientometric studies, the necessity of following the literature constantly and it can be a source for future scientific research.

It is very valuable in the process of determining the problem of the research, analyzing it, and creating a source for the literature. The research aims to be a resource guide for future studies on the gig economy. It is aimed to reveal analyzes of social actors that are influential in the gig economy. Research questions on this; It aims to determine the trends of literature research on the gig economy, to reveal the relations networks and country analyses between the countries of the authors who make up the source in the literature, to interpret the contribution of productive authors to the field, to interpret the contribution of the keywords to the field with bursting points and theme analyzes.

Research data were obtained from the Web of Science (WOS), one of the most important and influential literature databases globally. It is an effective channel for accessing and interpreting high-confidence data for bibliometric studies. As well as being the world's oldest database, it includes nearly 20 thousand quality journals and approximately 1.5 billion citations. It also works very well with the CiteSpace software package. Since CiteSpace is a tool that contains fewer errors and missing codes than other software packages and increases the reliability of the research, this situation has been a factor in the research

selection. In the research, the purpose-oriented data is interpreted in order to continue the in-depth research by using the criterion sample. All data within the gig economy in the WOS literature channel are included in the research. Within the scope of the gig economy, filtering of title, abstract, author, keywords, and keyword phrases was made. Approximately 80 percent of 820 studies are articles. Apart from this, many species have been included in the scope of the subject.

In the end, 732 of 820 studies were read in full and it was seen that 90 percent of them were included in the research. It is seen that the first study within the scope of the gig economy was in 2014 and the first citation started in 2016. With the increasing importance of Freelancer.com and Uber companies in the following process, it is observed that there has been a sharp increase in the research trend in 2017 and beyond. It is observed that the majority of the break between 2015-2017 is related to the labor market and working conditions, especially with the spread of the gig economy phenomenon in the job markets. With the increase of the Covid-19 pandemic in the period after 2018, it is seen that research trends within the scope of the gig economy have also increased. The increase in the number of online jobs and workers brings with it an increased interest in the gig economy.

When the origin countries of the gig economy research are examined, it is seen that 58 different countries are in a network of approximately three times. It is seen that the most prominent among the countries in the USA. Looking at the bursting point, it is seen that country studies are the most trending and research permanence is the highest when looking at the half-life. The USA is the country that has the first publication and carries the title of the most important country within the scope of the subject. It is seen that US studies are mostly within the scope of career and entrepreneurship. In England, which is the second country with the most publications, studies were carried out mainly within the scope of management and organization. It is seen that the research originating from Australia are directed toward industrial relations. It is common to see that these countries have a low rate of dependent employment and an intense online working structure.

It is observed that there are 225 different authors within the scope of authors and that the authors mainly experienced an increase in trend in 2019. It is seen authors such as Graham, Lehdonvirta, and Gandhi have done the most research and signed the most permanent studies through the half-life. As a common point of these authors, it is observed that they have structures based on labor relations and working conditions in the gig economy.

In the keyword analysis, it is seen that there are 329 different keywords and approximately 5 times as many relationship networks. It is seen that there has been an increase in the number of keywords and relationship networks after 2018. It is seen that the most used keyword is the gig economy in the usual way. It is seen that the words worker, job, sharing economy and employment are used predominantly. These keywords show us that they are directly addressed within the scope of the labor economy.

It has been observed that keyword trends increased sharply in 2017 and continued until 2022. The strongest trending keywords are concepts such as sharing economy, unity, digital worker, internet. The highest trend was toward risk and insecurity. Including gig workers in one-off and precarious jobs and placing them in individual worker status resulted in their inability to benefit from economic, social, and health insurance. This situation reveals the necessity of investigating a socio-political problem. In the final sense, it has been observed that the keywords are mostly related to labor economics, industrial relations, labor relations and working conditions, and it has been observed that as the importance of the subject increases, because of not eliminating the socio-political problem, there will be an increase in the tendency to insecurity.

When the theme/cluster analysis of the keywords for the gig economy is performed, effective and important cluster values have emerged. In total, ten different clusters were obtained, and the first three contained a fairly similar number of studies. It has been observed that the most effective cluster is based on internet technologies, and it has been observed that it forms the infrastructure of the gig economy. The second most effective cluster included insecurity, collective action, political developments, and confirmed the insecurity problem for the gig economy. The third most effective cluster, it is aimed at digital-based workforce platforms that reveal the connection between work and worker, such as platform economy and the sharing economy. Other themes all cover socio-economic-based research areas such as management and organization, digital labor platform, work context, consumer behavior, social support, young workers, dependent self-employment, neo-liberal labor market, unemployment, and health insurance issues. When the representative document for cluster analyzes are considered as a whole, it is seen that the field of labor economy is mainly addressed, although research are carried out in multi-dimensional areas for the labor market within technological transformations. It is a fact that the problems of working life in the socio-economic structure appear as a socio-political problem. In this context, in terms of the sustainability of social welfare and peace, it is important to show a tendency to the problems experienced in working relations as a result of the freedom to work, which is one of the life needs of individuals and their families. It is thought that the importance of the subject will increase gradually when the scope of the gig economy is seen to be newly developed and has a promising structure.

Kaynakça

- Abraham, K. G., Haltiwanger, J. C., Hou, C., Sandusky, K., & Spletzer, J. R. (2021). Reconciling survey and administrative measures of self-employment. *Journal of Labor Economics*, 39(4), 825-860.
- Al, U., Taşkın, Z., & Düzyol, G. (2012). Use of social network analysis in bibliometric researches.
- Alanezi, F., & Alanzi, T. (2020). A gig mHealth economy framework: scoping review of internet publications. *JMIR mHealth and uHealth*, 8(1), e14213.
- Alif, I., Sucahyo, Y. G., & Gandhi, A. (2020, October). Determinant factors to become a gig worker in an online course. In 2020 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS) (pp. 329-334). IEEE.
- Aloisi, A. (2016). Commoditized Workers. Case Study Research on Labour Law Issues Arising from a Set of 'On-Demand/Gig Economy' Platforms. *Case Study Research on Labour Law Issues Arising from a Set of 'On-Demand/Gig Economy' Platforms. Comparative Labor Law & Policy Journal*, 37(3).
- Anwar, M. A., & Graham, M. (2020). Hidden transcripts of the gig economy: labour agency and the new art of resistance among African gig workers. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 52(7), 1269-1291.
- Anwar, M. A., & Graham, M. (2021). Between a rock and a hard place: Freedom, flexibility, precarity and vulnerability in the gig economy in Africa. *Competition & Change*, 25(2), 237-258.
- Ashford, S. J., Caza, B. B., & Reid, E. M. (2018). From surviving to thriving in the gig economy: A research agenda for individuals in the new world of work. *Research in Organizational Behavior*, 38, 23-41.
- Atkinson, J. (2022). Zero-hours contracts and English employment Law: Developments and possibilities. *European Labour Law Journal*, 20319525221104165.
- Auditianto, A., Sucahyo, Y. G., Gandhi, A., & Ruldeviyani, Y. (2019, October). Discovering the influencing factors of physical gig economy usage: Quantitative approach on clients' perception. In 2019 International conference on advanced computer science and information systems (ICACSIS) (pp. 357-362). IEEE.
- Batmunkh, A., Fekete-Farkas, M., & Lakner, Z. (2022). Bibliometric Analysis of Gig Economy. *Administrative Sciences*, 12(2), 51.
- Belanche, D., Casalo, L. V., Flavián, C., & Pérez-Rueda, A. (2021). The role of customers in the gig economy: how perceptions of working conditions and service quality influence the use and recommendation of food delivery services. *Service Business*, 15(1), 45-75.
- Bellesia, F., Mattarelli, E., Bertolotti, F., & Sobrero, M. (2019). Platforms as entrepreneurial incubators? How online labor markets shape work identity. *Journal of Managerial Psychology*.
- Berg, J., Furrer, M., Harmon, E., Rani, U., & Silberman, M. S. (2018). Digital labour platforms and the future of work. *Towards Decent Work in the Online World. Rapport de l'OIT*.
- Bick, A., Blandin, A., & Mertens, K. (2021). Work from home before and after the Covid-19 outbreak. Available at SSRN 3786142.
- Bieber, F., & Moggia, J. (2021). Risk shifts in the gig economy: The normative case for an insurance scheme against the effects of precarious work. *Journal of Political Philosophy*, 29(3), 281-304.
- Birkle, C., Pendlebury, D. A., Schnell, J., & Adams, J. (2020). Web of Science as a data source for research on scientific and scholarly activity. *Quantitative Science Studies*, 1(1), 363-376.
- Brookes, B. C. (1990). Biblio-, sciento-, infor-metrics??? What are we talking about. *Informetrics*, 89(90), 31-43.
- Buter, R. K., Noyons, E. C. M., & Van Raan, A. F. (2004, July). A combination of quantitative and qualitative maps in an evaluative bibliometric context. In *Proceedings. Eighth International Conference on Information Visualisation, 2004. IV 2004*. (pp. 978-982). IEEE.

20. Buter, R. K., Noyons, E. C. M., Van Mackelenbergh, M., & Laine, T. (2006). Combining concept maps and bibliometric maps: First explorations. *Scientometrics*, 66(2), 377-387.
21. Büyükköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2012). Örneklem yöntemleri.
22. Charness, G., & Chen, Y. (2020). Social identity, group behavior, and teams. *Annual Review of Economics*, 691-713.
23. Chen, C. (2006). CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 57(3), 359-377.
24. Chen, C. (2014). *The CiteSpace Manual*. College of Computing and Informatics, 1(1), 1-84.
25. Chen, C. (2016). *CiteSpace: a practical guide for mapping scientific literature* (pp. 41-44). Hauppauge, NY, USA: Nova Science Publishers.
26. Chen, G., Cheng, M., Edwards, D., & Xu, L. (2022). COVID-19 pandemic exposes the vulnerability of the sharing economy: a novel accounting framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(5), 1141-1158.
27. Chen, M. K., & Sheldon, M. (2016). Dynamic pricing in a labor market: Surge pricing and flexible work on the Uber platform. *Ec*, 16, 455.
28. Chiu, H. H., Palupi, G. S., & Zhu, Y. Q. (2022). Workers' Affective Commitment in The Gig Economy: The Role of IS Quality, Organizational Support, and Fairness. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 14(3), 3.
29. Cision. (2022). Gig economy workforce rockets to more than one in ten of Canadians; a further third are open to joining, reveals new study Français. <https://www.newswire.ca/news-releases/gig-economy-workforce-rockets-to-more-than-one-in-ten-of-canadians-a-further-third-are-open-to-joining-reveals-new-study-812441559.html>
30. Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402.
31. Corujo, B. S. (2017). The 'gig' economy and its impact on social security: The Spanish example. *European Journal of Social Security*, 19(4), 293-312.
32. Dang, Q., Luo, Z., Ouyang, C., & Wang, L. (2021). First Systematic Review on Health Communication Using the CiteSpace Software in China: Exploring Its Research Hotspots and Frontiers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 13008.
33. Daramola, O., & Etim, E. (2022). Affordances of digital platforms in sub-Saharan Africa: An analytical review. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 88(4), e12213.
34. De, R., Pandey, N., & Pal, A. (2020). Impact of digital surge during Covid-19 pandemic: A viewpoint on research and practice. *International journal of information management*, 55, 102171.
35. Deloitte. (2020). *Remote Work The New Norm*
36. Dunn, W. N. (1983). Social network theory. *Knowledge*, 4(3), 453-461.
37. Eck, N. J. V., & Waltman, L. (2014). Visualizing bibliometric networks. In *Measuring scholarly impact* (pp. 285-320). Springer, Cham.
38. Economicshelp. (2018). The gig economy. <https://www.economicshelp.org/blog/24205/labour-markets/the-gig-economy/>
39. Egghe, L. (2005). Expansion of the field of informetrics: Origins and consequences. *Inf. Process. Manag.*, 41(6), 1311-1316.
40. Finkle, T. A., & Olsen, T. (2019). Entrepreneurship in the digital era: creating your own online business. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 2(2), 133-150.
41. Fleming, P. (2017). The human capital hoax: Work, debt and insecurity in the era of Uberization. *Organization Studies*, 38(5), 691-709.
42. Freelancer (2022). Hire the best freelancers for any job, online. <https://www.freelancer.com/>
43. Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of Keynesian Economics*, 2(2), 171-188.
44. Gandhi, A., Budiardjo, E. K., & Suchayo, Y. G. (2019, April). Developing the maturity model for gig economy business processes. In *2019 IEEE 9th Symposium on Computer Applications & Industrial Electronics (ISCAIE)* (pp. 324-329). IEEE.
45. Gawer, A., & Srnicek, N. (2021). Online platforms: Economic and societal effects.
46. Giorgi, G., Lecca, L. I., Alessio, F., Finstad, G. L., Bondanini, G., Lulli, L. G., ... & Mucci, N. (2020). COVID-19-related mental health effects in the workplace: a narrative review. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 7857.
47. Glasner, B. (2021). The Minimum Wage, Self-Employment, and the Online Gig Economy. *Journal of Labor Economics*.
48. Goodman, J. K., & Paolacci, G. (2017). Crowdsourcing consumer research. *Journal of Consumer Research*, 44(1), 196-210.
49. Graham, M., Lehdonvirta, V., Wood, A., Barnard, H., Hjorth, I., & D Simon, P. (2017). The risks and rewards of online gig work at the global margins.
50. Gregory, K. (2021). 'my life is more valuable than this': Understanding risk among on-demand food couriers in edinburgh. *Work, Employment and Society*, 35(2), 316-331.
51. Guba, E. G., & Lincoln, Y. (2001). Evaluation paradigms: Worldviews or belief systems that guide evaluators.
52. Günbayı, İ. (2019). Liderlik ve toplumsal degisme [Leadership and Social Development]. *Egitim Yonetiminde Liderlik*, 245-279.
53. Günbayı, İ., & Sorm, S. (2018). Social paradigms in guiding social research design: The functional, interpretive, radical humanist and radical structural paradigms. *Online Submission*, 9(2), 57-76.
54. Harzing, A. W., & Alakangas, S. (2016). Google Scholar, Scopus and the Web of Science: a longitudinal and cross-disciplinary comparison. *Scientometrics*, 106(2), 787-804.
55. Healy, J., Nicholson, D., & Pekarek, A. (2017). Should we take the gig economy seriously?. *Labour & Industry: a journal of the social and economic relations of work*, 27(3), 232-248.
56. Healy, J., Pekarek, A., & Vromen, A. (2020). Sceptics or supporters? Consumers' views of work in the gig economy. *New Technology, Work and Employment*, 35(1), 1-19.
57. Hood, W., & Wilson, C. (2001). The literature of bibliometrics, scientometrics, and informetrics. *Scientometrics*, 52(2), 291-314.
58. Horowitz, S. (2011). The freelance surge is the industrial revolution of our time. *The Atlantic*.
59. Howcroft, D., & Bergvall-Kåreborn, B. (2019). A typology of crowdwork platforms. *Work, Employment and Society*, 33(1), 21-38.
60. Hu, J., & Zhang, Y. (2017). Discovering the interdisciplinary nature of Big Data research through social network analysis and visualization. *Scientometrics*, 112(1), 91-109.
61. Hu, K., & Fu, F. (2021). Evolutionary Dynamics of Gig Economy Labor Strategies under Technology, Policy and Market Influence. *Games*, 12(2), 49.

62. Ibrahim, N., Chaibi, A. H., & Ahmed, M. B. (2015). New scientometric indicator for the qualitative evaluation of scientific production. *New Library World*, 116(11/12), 661-676.
63. Isin, E., & Ruppert, E. (2020). The birth of sensory power: How a pandemic made it visible?. *Big Data & Society*, 7(2), 2053951720969208
64. iLabour. (2022). The Online Labour Index. Investigating the Construction of Labour Markets, Institutions and Movements on the Internet
65. Kaine, S., & Josserand, E. (2019). The organisation and experience of work in the gig economy. *Journal of Industrial Relations*, 61(4), 479-501.
66. Kässä, O., & Lehdonvirta, V. (2018). Online labour index: Measuring the online gig economy for policy and research. *Technological forecasting and social change*, 137, 241-248.
67. Khan, T. H., MacEachen, E., & Dunstan, D. (2022). What Social Supports Are Available to Self-Employed People When Ill or Injured? A Comparative Policy Analysis of Canada and Australia. *International journal of environmental research and public health*, 19(9), 5310.
68. Klarin, A., & Suseno, Y. (2021). A state-of-the-art review of the sharing economy: Scientometric mapping of the scholarship. *Journal of Business Research*, 126, 250-262.
69. Larsson, A., & Teigland, R. (2020). *The Digital Transformation of Labor* (p. 372). Taylor & Francis.
70. Lehdonvirta, V. (2018). Flexibility in the gig economy: managing time on three online piecework platforms. *New Technology, Work and Employment*, 33(1), 13-29.
71. Lemmon, G., Wilson, M. S., Posig, M., & Glibkowski, B. C. (2016). Psychological contract development, distributive justice, and performance of independent contractors: The role of negotiation behaviors and the fulfillment of resources. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 23(4), 424-439.
72. Lewchuk, W. (2017). Precarious jobs: Where are they, and how do they affect well-being?. *The Economic and Labour Relations Review*, 28(3), 402-419.
73. Li, J., & Chen, C. (2016). CiteSpace: Text mining and visualization in scientific literature. *Capital University of Economics and Business Press: Beijing, China*, 149-152.
74. Li, K., Rollins, J., & Yan, E. (2018). Web of Science use in published research and review papers 1997–2017: A selective, dynamic, cross-domain, content-based analysis. *Scientometrics*, 115(1), 1-20.
75. Liu, W., Sidhu, A., Beacom, A. M., & Valente, T. W. (2017). Social network theory. *The international encyclopedia of media effects*, 1-12.
76. Lund, S., Madgavkar, A., Manyika, J., & Smit, S. (2020). What's next for remote work: An analysis of 2,000 tasks, 800 jobs, and nine countries. *McKinsey Global Institute*, 1-13.
77. Lupu, I., & Castro, M. R. (2021). Work-Life Balance Is a Cycle, Not an Achievement. *Harvard Business Review*.
78. Malik, R., Visvizi, A., & Skrzek-Lubasińska, M. (2021). The gig economy: Current issues, the debate, and the new avenues of research. *Sustainability*, 13(9), 5023.
79. Maulana, A., Sucahyo, Y. G., Ruldeviyani, Y., & Gandhi, A. (2018, October). Requirements for platform-based startup survival: A qualitative exploratory study. In *2018 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)* (pp. 137-142). IEEE.
80. Melhem E. B. (2015). Amman, You Are Uber's 300th City! <https://web.archive.org/web/20150528015037/http://blog.uber.com/AmmanLaunch>
81. Morales-Muñoz, K., & Roca, B. (2022). The spatiality of collective action and organization among platform workers in Spain and Chile. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 0308518X221103262.
82. Nair, G. (2022). 'New' terrains of precarity—gig work in India. *Contemporary South Asia*, 1-14.
83. Nelson, G., Monson, M. J., & Adibifar, K. (2020). The gig economy comes to academia: Job satisfaction among adjunct faculty. *Cogent Education*, 7(1), 1786338.
84. Novitz, T. (2021). Gig Work as a Manifestation of Short-Termism: Crafting a Sustainable Regulatory Agenda. *Industrial Law Journal*, 50(4), 636-661.
85. Nwafor, O., Ma, X., Hou, J. J., & Johnson, N. (2022). Online communities and discontinuance of information technology-enabled on-demand workers: Impacts of informal social interactions through dual commitments. *International Journal of Information Management*, 66, 102540.
86. OECD. (2022). Temporary employment. <https://data.oecd.org/emp/temporary-employment.htm>
87. OECD. (2022). Work-Life Balance. <https://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/work-life-balance/>
88. Oyer, P. (2020). The gig economy. *IZA World of Labor*.
89. Petticrew, M., & Roberts, H. (2008). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. John Wiley & Sons.
90. Ping, Q., He, J., & Chen, C. (2017). How many ways to use CiteSpace? A study of user interactive events over 14 months. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(5), 1234-1256.
91. Porter, N. D., Verdery, A. M., & Gaddis, S. M. (2020). Enhancing big data in the social sciences with crowdsourcing: Data augmentation practices, techniques, and opportunities. *PloS one*, 15(6), e0233154.
92. Prabowo, R., Sucahyo, Y. G., Gandhi, A., & Ruldeviyani, Y. (2019, October). Does gamification motivate gig workers? A critical issue in ride-sharing industries. In *2019 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)* (pp. 343-348). IEEE.
93. Prancutè, R. (2021). Web of Science (WoS) and Scopus: The titans of bibliographic information in today's academic world. *Publications*, 9(1), 12.
94. Qiu, J., Zhao, R., Yang, S., & Dong, K. (2017). *Informetrics: theory, methods and applications*. Springer.
95. Reeves, T. C., & Hedberg, J. G. (2003). *Interactive learning systems evaluation*. Educational Technology.
96. Reynolds, P. D., & Curtin, R. (2008). Business creation in the United States: Entry, startup activities and the launch of new ventures. *The small business economy for data year*, 165-240.
97. Robla-Gómez, S., Becerra, V. M., Llata, J. R., Gonzalez-Sarabia, E., Torre-Ferrero, C., & Perez-Oria, J. (2017). Working together: A review on safe human-robot collaboration in industrial environments. *IEEE Access*, 5, 26754-26773.
98. Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business, New York. The smart-up ecosystem: Turning Open Innovation into smart business.
99. Skodo, A. (2014). Idealism, the sociology of knowledge and revisionist history of political thought: Peter Laslett's reappraisal of whig historiography. *History of political thought*, 35(3), 538-564.
100. Sooryamoorthy, R. (2020). *Scientometrics for the study of sociology*.
101. Spreitzer, G. M., Cameron, L., & Garrett, L. (2017). Alternative work arrangements: Two images of the new world of work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 473-499.
102. Spurk, D., & Straub, C. (2020). Flexible employment relationships and careers in times of the COVID-19 pandemic. *Journal of vocational behavior*, 119, 103435.

103. Stephany, F., Dunn, M., Sawyer, S., & Lehdonvirta, V. (2020). Distancing bonus or downscaling loss? The changing livelihood of US online workers in times of COVID-19. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 111(3), 561-573.
104. Stewart, A., & Stanford, J. (2017). Regulating work in the gig economy: What are the options?. *The Economic and Labour Relations Review*, 28(3), 420-437.
105. Terzi, M. (2018). Reconstruction of idealism in theorizing scientifically the discipline of international relations for peace and international security: Idea-realism. *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 10-40.
106. Toffler, A. (2022). *The third wave: The classic study of tomorrow*. Bantam.
107. U.S. Department Of Labor. (2022). Office of Disability Employment Policy. Self-Employment & Entrepreneurship. <https://www.dol.gov/agencies/odep/program-areas/employers/self-employment-entrepreneurship>
108. Uber (2022). Direksiyon başına geçip para kazanmaya başlayın. <https://www.uber.com/tr/tr/>
109. Umar, M., Xu, Y., & Mirza, S. S. (2021). The impact of Covid-19 on Gig economy. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 2284-2296.
110. Wallace, A. R. (1870). *Theory of Natural Selection*.
111. Wang, C. and Pang, X. (1998) *Terms of Bibliometrics (1). Information Studies: Theory & Application*, 21, 61.
112. Wang, Q. (2018). Distribution features and intellectual structures of digital humanities: A bibliometric analysis. *Journal of Documentation*.
113. Wang, S., Wan, J., Zhang, D., Li, D., & Zhang, C. (2016). Towards smart factory for industry 4.0: a self-organized multi-agent system with big data based feedback and coordination. *Computer networks*, 101, 158-168.
114. Watson, G. P., Kistler, L. D., Graham, B. A., & Sinclair, R. R. (2021). Looking at the gig picture: Defining gig work and explaining profile differences in gig workers' job demands and resources. *Group & Organization Management*, 46(2), 327-361.
115. Web of Science Group Core Collection (2019), Clarivate Analytics,
116. Webb, A., McQuaid, R., & Rand, S. (2020). Employment in the informal economy: Implications of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(9/10), 1005-1019.
117. Wei, F., Grubestic, T. H., & Bishop, B. W. (2015). Exploring the GIS knowledge domain using CiteSpace. *The Professional Geographer*, 67(3), 374-384.
118. Williams, C. C., & Horodnic, I. A. (2019). *Dependent self-employment: Theory, practice and policy*. Edward Elgar Publishing.
119. Wood, A. J., Graham, M., Lehdonvirta, V., & Hjorth, I. (2019). Good gig, bad gig: autonomy and algorithmic control in the global gig economy. *Work, Employment and Society*, 33(1), 56-75.
120. Woodcock, J., & Graham, M. (2019). *The Gig Economy. A Critical Introduction*. Cambridge: Polity.
121. Woodcock, J., & Graham, M. (2019). *The Gig Economy. A Critical Introduction*. Cambridge: Polity.
122. Wu, Q., Zhang, H., Li, Z., & Liu, K. (2019). Labor control in the gig economy: Evidence from Uber in China. *Journal of Industrial Relations*, 61(4), 574-596.
123. Yağar, F., & Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlilik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
124. Yang, H., Kumara, S., Bukkapatnam, S. T., & Tsung, F. (2019). The internet of things for smart manufacturing: A review. *IJSE Transactions*, 51(11), 1190-1216.
125. Yang, S., Han, R., Wolfram, D., & Zhao, Y. (2016). Visualizing the intellectual structure of information science (2006–2015): Introducing author keyword coupling analysis. *Journal of informetrics*, 10(1), 132-150.
126. Yuan, B., Li, J., Wu, L., & Wang, Z. (2019, June). Multi-level social health insurance system in the age of frequent employment change: the urban unemployment-induced insurance transition and healthcare utilization in China. In *Healthcare (Vol. 7, No. 2, p. 77)*. MDPI.
127. Zavařaqi, R., & Fadaie, G. R. (2012). Scientometrics or science of science: quantitative, qualitative or mixed one. *Collnet Journal of Scientometrics and Information Management*, 6(2), 273-278.
128. Zhang, D., Xu, J., Zhang, Y., Wang, J., He, S., & Zhou, X. (2020). Study on sustainable urbanization literature based on Web of Science, scopus, and China national knowledge infrastructure: A scientometric analysis in CiteSpace. *Journal of cleaner production*, 264, 121537.
129. Zhu, J., & Liu, W. (2020). A tale of two databases: The use of Web of Science and Scopus in academic papers. *Scientometrics*, 123(1), 321-335.
130. Ziakis, C., Vlachopoulou, M., & Petridis, K. (2022). Start-Up Ecosystem (StUpEco): A Conceptual Framework and Empirical Research. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 35.
131. Zwick, A. (2018). Welcome to the Gig Economy: Neoliberal industrial relations and the case of Uber. *GeoJournal*, 83(4), 679-691.



Is 'Justice' Only Employee-Centered? A Literature Review on the Parties Affected by Justice

Nihal Yazıcı^{1-a}, Nilşah Cavdar Aksoy^{2-b*}

¹Institute of Graduate Studies, Department of Business Administration, Yalova University, Yalova, Türkiye.

²Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Galatasaray University, İstanbul, Türkiye.

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 06.01.2023

Accepted: 26.03.2023

ABSTRACT

Justice, which encompasses intensive social ties in the corporate world, has been a topic of debate in the business discipline. Employees' perceptions of justice and reactions to unfair practices have been extensively researched in this context. Although the focus of discussions is to ensure justice in the business world, it has been observed that organizational justice is primarily examined from the perspective of employees as the party affected by justice but the perspective of managers as the source of justice and of customers as observers of justice were being overlooked. However, it is critical for the business discipline to interpret justice in the practices of managers while also understanding how these practices are revealed. Customers, on the other hand, are not only interested in the product features they will purchase, but they also evaluate the practices of the firms from a social standpoint, and they can seek justice while evaluating the firms. From this viewpoint, the purpose of this study is to present a literature review that broadens the concept of organizational justice, which is often addressed from the view of the employees to manager and customer. To achieve this goal, the study began with the development of the concept of justice and the process of its development until the business discipline, as well as the definition and scope of organizational justice. Then, organizational justice was investigated from the angles of employees, managers, and customers, and it was discovered that the related parties' interactions have a role in producing justice. The information obtained as a result of the literature review was assessed in terms of human resources, management, and marketing disciplines, and the assessments' contributions to the literature and practice of organizational justice were examined.

Keywords: Organizational Justice, Perceived Justice, Employees, Managers, Customers

JEL Codes: M10, D23, J20

'Adalet' Yalnızca İşgören Merkezli midir? Adaletten Etkilenen Taraflar Üzerine Bir Literatür İncelemesi

Süreç

Geliş: 06.01.2023

Kabul: 26.03.2023

ÖZ

İş dünyasında yoğun bir şekilde sosyal ilişkiler barındıran adalet, işletme disiplini için de tartışma konusu olmuş ve işgörenlerin adalet algıları ve adaletsiz uygulamalara tepkileri yaygınlıkla incelenmiştir. Adalet kavramına yönelik tartışmaların odağında iş yaşamında adaleti sağlamak olmasına rağmen, örgütsel adaletin çoğunlukla adaletten etkilenen taraf olarak işgören merkezli biçimde incelendiği ve adaletin kaynağı olarak yöneticiler ile adaletin gözlemcisi olarak müşterilerin öneminin ihmal edildiği gözlemlenmiştir. Hâlbuki yöneticilerin uygulamalarındaki adaleti yorumlayabilmek ve aynı zamanda, bu uygulamaların hangi şekilde açığa çıktığını anlamak da işletme disiplini için önem arz etmektedir. Öte yandan, günümüz müşterileri yalnızca satın alacakları ürün özellikleri ile ilgilenmemekte, aynı zamanda işletmelerin uygulamalarını sosyal açıdan da değerlendirmekte ve işletmeleri değerlendirirken adalet arayışında da bulunabilmektedirler. Buradan yola çıkarak bu çalışmada, çoğunlukla işgören merkezli incelenen örgütsel adalet kavramını yönetici ve müşteri bakış açılarını kapsayacak şekilde genişleten bir literatür özeti sunulması amaçlanmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere, çalışmada adalet kavramının gelişimi ve işletme disiplinine kadar geliş sürecinin incelenmesiyle başlamış olup örgütsel adaletin tanımı ve kapsamı açıklanmıştır. Ardından örgütsel adalet; işgören, yönetici ve müşteri bakış açılarıyla irdelenmiş ve adaletin tesis edilmesinde tarafların birbiriyle etkileşiminin rolü olduğu tespit edilmiştir. Literatür incelemesi sonucunda elde edilen bilgiler; insan kaynakları, yönetim ve pazarlama disiplinleri açısından değerlendirilmiş olup değerlendirmelerin örgütsel adalet yazınına ve uygulamaya yönelik katkıları tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Algılanan Adalet, İşgörenler, Yöneticiler, Müşteriler

JEL Kodları: M10, D23, J20

License



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

[nihalyazici77@gmail.com](mailto:nihal yazici77@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-9378-0998>

ncaksoy@qsu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0734-3930>

How to Cite: Yazıcı Nihal, Nilşah Cavdar Aksoy (2023) Is 'Justice' Only Employee-Centered? A Literature Review on the Parties Affected by Justice, Journal of Economics and Administrative Sciences, 24 (2): 211-226.

Giriş

Adalet; bireyleri, grupları, kurumları, kuruluşları ve toplumu ilgilendiren ve bu kapsamlılığı bakımından anlaşılması ve uygulanması gerekliliğinden dolayı çeşitli disiplinlerdeki tartışmalarda yer bulmuş bir konudur (Jasso, Törnblom ve Sabbagh, 2016). Adaletle ilişkin bu çalışmaların incelenmesiyle, adaletin ne olduğu ve neyin adil olduğu ya da olmadığı konusunda farklı disiplinlerin farklı yaklaşımlarının olduğu görülmektedir (Aristoteles, 1953; Kant 1949; Keynes, 1975; Platon, 1945; Rawls, 1971). Tüm bu farklı yaklaşımlara rağmen, adaletin hem makro hem de mikro ölçekte sosyal ilişkileri düzenlemede önemli bir rol oynadığı görüşü, adaletle ilgilenen tüm disiplinlerin ortak noktasını oluşturmaktadır (Przećzek, Rosiński ve Manko, 2020). İş dünyası açısından ele alındığında ise adalet, 'örgütsel adalet' olarak kavramsallaştırılmış olup (Greenberg, 1987) işgörenlerin örgütleri ya da yöneticileriyle aralarındaki mübadele ilişkisinin sonucu olarak örgütsel kaynakların dağıtımının adilliğine yönelik değerlendirmelerini ifade etmektedir (Cropanzano, Bowen ve Gilliland, 2007). Örgütsel adalet ile ilgili çalışmalarda, genel olarak, örgütsel adaletin tarafları arasındaki sosyal mübadele ilişkisi *işgören* bakışıyla incelenmiş olup (örn., Usta, Karalar ve Demiralay, 2019) mübadelelerin diğer tarafları çoğunlukla ihmal edilmiştir (Scott, Colquitt ve Zapata-Phelan, 2007). Aynı zamanda, bu mübadeleden etkilenen diğer taraflar veya bir başka ifadeyle, işletmelerde adil ya da adaletsiz uygulamaların işletme dışına yansıtılabileceği konusu da örgütsel adalet yazınında genellikle göz ardı edilmiştir (Narasimhan, Narayanan ve Srinivasan, 2013). Oysaki örgütsel adaletin kuramsal dayanaklarından biri olan sosyal mübadele kuramı (Blau, 1964); işgörenlerin, yöneticilerin, müşterilerin ve hatta sendikaların veya tedarikçilerin sosyal mübadele ilişkisinin taraflarından biri olabileceğini vurgulamaktadır. İlgili yazında yürütülen çalışmalarda, örgütsel adaleti anlamak için adil davranışın kaynağını (yönetici), davranışın hedefini (işgören) ve davranışın gözlemcisini (müşteri) dikkate almak gerektiği ifade edilmiştir (Patient ve Skarlicki, 2010; Scott ve ark., 2007). Öyleyse, örgütsel adalet kavramının ilgili yazında yaygın olduğu gibi işgören-yönetici, işgören-örgüt taraflarının işgören bakışıyla incelenmesinden daha geniş bir perspektife ihtiyaç duyduğu söylenebilir (Scott ve ark., 2007). Çünkü, örgütsel adalet yazınında bugüne kadar oluşan bilgi birikimi, adaletin bir tarafın bakışıyla oluşmadığını, daha ziyade ilgili tarafların etkileşimiyle inşa edildiğini göstermektedir (Li ve Cropanzano, 2009). Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, çoğunlukla işgören bakış açısına odaklanan (Scott, Colquitt ve Paddock, 2009; Scott, Garza, Conlon ve Kim, 2014) örgütsel adalet kavramının yönetici ve müşteri bakış açılarını inceleyerek genişletilmesi gerektiğini vurgulayan bir literatür özeti sunmaktır. Bunun için, "örgütsel adalet" kavramı, "müşteri", "yönetici", "işgören" gibi kavramlar ile Web of Science, Scopus ve Google Akademik platformlarında İngilizce ve Türkçe olarak taranmıştır.

Tarama süreci 2022 yılının belirli dönemlerinde tekrar edilmiş ve bulgular, çalışmanın nihai halinde, 2022 yılının Aralık ayını kapsayacak şekildedir.

Örgütsel adalet yazınında yöneticilerin adaleti tesis eden aktörler oldukları öne sürülmektedir (Scott ve ark., 2009; Scott ve ark., 2014). Yönetici açısından örgütsel adaletin tesis edilmesi, adaletle ilişkin değerlendirmelerin herhangi iki taraf arasındaki (işgören-müşteri, işgören-yönetici, yönetici-işgören) mübadele ilişkisinin öznel doğası gereği, en az bir tarafın mübadele adaletsiz olduğunu düşünme olasılığını her zaman yüksek ihtimalle saklı tuttuğu için zor bir karar verme sürecini ifade eder (Adams, 1965). Bu sebeple, tüm tarafları memnun edecek kaynak dağıtımını sağlayabilmek için, yöneticiler yoğun bir şekilde bilişsel, kişisel ve örgütsel kaynak, hatta zaman ve emek harcamak zorunda kalırlar (Johnson, Lanaj ve Barnes, 2014). Bu yüzden adaletsiz uygulamaların önüne geçilmesi için örgütsel adaletin yönetici bakış açısından anlaşılması önemlidir (Scott ve ark., 2014; Qin, Ren, Zhang ve Johnson, 2018).

Öte yandan, adalet kavramını incelerken davranışın gözlemcisini (müşteri) dikkate almak gerektiğini öne süren araştırmacılar bulunmaktadır (örn., Ordabayeva, Lisjak ve Jones, 2022). Bu sebeple, adaleti anlamak ve tesis etmek için yönetici ya da işgören bakış açısını incelemek oldukça önemli ancak yetersizdir. Çünkü, artan dijitalleşmeyle birlikte adil ya da adaletsiz uygulamaların yalnızca örgüt içerisinde kalacağını düşünmek işletmeler için bir yanılgıya dönüşebilmektedir (Ordabayeva ve ark., 2022). Artık günümüz müşterileri okuyan, araştıran, etik kaygıları olan, sosyal açıdan sorumluluk hisseden, haklarının farkında olan ve hakları için mücadele edebilen bilinçli bir kitleyi temsil etmeye başlamıştır (Cavdar-Aksoy, Tümer-Kabadayı ve Koçak-Alan, 2021). Bu nedenle, müşterilerin örgüt içindeki uygulamalardan etkilenmeleri ve bu uygulamalara tepki göstermeleri kaçınılmazdır (Bolter, 2016; Mukherjee ve Althuisen, 2020; Ordabayeva ve ark., 2022; Varghese ve Kumar 2020).

Buradan yola çıkarak bu çalışmanın katkıları; (i) örgütsel adalet yazınının temellerini inceleyerek işgörenlerin adaletle ilişkin rolünü yeniden gözden geçirmek, (ii) örgütsel adalet yazınına yöneticinin bakış açısını inceleyerek genişletmek, (iii) örgütsel adaletin bir gözlemcisi olan müşterilerin adil uygulamalardan nasıl etkilendiğini ve bu tür uygulamalar üzerindeki etkilerini inceleyerek ilgili yazını genişletmek ve böylelikle (iv) işletme disiplinindeki birden çok alanı kapsayan bir literatür özeti sunmaktır. Çalışma kapsamında böylelikle, örgütsel adaleti insan kaynakları, yönetim ve pazarlama alanlarını bir arada ele alan interdisipliner bir inceleme sunulmuştur. Bunu gerçekleştirmek üzere, çalışmaya adalet kavramının gelişiminin incelenmesiyle başlanmıştır. Sonrasında, davranış araştırmalarında ve ardından işletme disiplini özelinde adalet kavramının nasıl kullanıldığına değinilerek örgütsel adaletin tanımı ve kapsamı açıklanmıştır. Son olarak örgütsel adalet; işgören, yönetici

ve müşteri bakış açılarıyla irdelenmiş ve örgütsel adalet yazınına ve uygulamaya yönelik katkılar tartışılmıştır.

Adalet Kavramının Gelişimi

Hume (1739) tarafından, kıt kaynakların paylaşımında bireyler arasındaki anlaşmazlıkları çözerek toplumsal düzeni koruyan geleneksel bir araç olarak tanımlanan adalet; felsefe, ekonomi ve hukuk başta olmak üzere birçok disiplin tarafından anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır. Bu disiplinlerdeki çalışmalar, genel olarak, adaletin toplumda servet, güç, mal ve hizmetlerin adil dağıtımını gibi farklı perspektiflerden ele alınarak incelendiğini göstermektedir (Adams, 1965; Blau, 1964, Homans, 1961; Jasso ve ark., 2016).

Antik Yunan filozoflarından Platon (1945) ve Aristoteles (1953), adalet konusunda temel sayılabilecek bir bilgi birikimi sağlamıştır. Platon (1945) adaletle ilişkin değerlendirmelerinde mevcut durumdan ziyade olması gerekene, ideal olana odaklanırken Aristoteles (1953) mevcut durum üzerinden adaletle ilişkin değerlendirmeler yapmıştır. Her ne kadar adaleti farklı bakış açılarıyla değerlendiriyor olsalar da her iki filozof da adaleti ahlaki bir erdem olarak görmüştür (Aristoteles, 1953; Platon, 1945). Öte yandan, Antik Yunan döneminde adalet, adil bir siyasi ve sosyal düzenin somut örneği olan güç, statü ve zenginlik hiyerarşileri ile intikam duygusu odağında ele alınmıştır (Johnston, 2011). Bunun en güzel örneği İlyada'da (Iliás) yer almaktadır. İlyada'da, Aşil (Akhilleus) Agamemnon'un savaş ganimetlerinden hak ettiği kadar daha fazla pay almasından rahatsız olduğunu belirtmiştir. Agamemnon ise, Aşil'in şikayetlerini dikkate almamıştır. Böylece güçlü bir savaşçı olarak Aşil, hak ettiği ganimeti alamadığı için öfkelenmiş ve Agamemnon için savaşmayı reddederek ondan intikam almıştır (Kapukaya, 2018). Antik Yunan dönemindeki bu adalet tartışmalarının, günümüz adalet tartışmalarını şekillendiren özgürlük ve eşitlik taahhütlerini içermese de bireyler arasındaki mübadele sonucunda davranışsal yükümlülüklerin ortaya çıktığını ileri süren karşılıklılık normunun (Gouldner, 1960) kavramsallaşmasında rol oynadığı söylenebilir (Johnston, 2011).

Modern filozoflara gelindiğinde, kimi filozofların adalet tartışmalarına yön verdiği görülmektedir. Kant (1949), insan eylemlerinin hak ve doğruluğu baz alarak gerçekleştirilmesini bir yükümlülük olarak görmüş ve bu yükümlülükleri ödev ahlakı olarak tanımlamıştır (Öktem, 2017). Bu ödev ahlakında; eylemlerin sonuçları değil, ahlaki yükümlülüklerin yerine getirilip getirilmediği önemlidir (Öktem, 2017). Rawls (1971) ise Kant'ın (1949) ödev ahlakından etkilenerek evrensel bir adalet kuramı geliştirmek üzere, adaleti bireylerin eylemlerine odaklanarak anlamaya çalışmak yerine, kurumsal (devlet, politika) düzeyde anlamaya çalışmıştır. Rawls (1971), bireylerin temel hak ve özgürlüklerini belirleyen bir sistem olarak kurumsal düzey ile herkesin eşit haklara sahip olması gerektiğini kastetmektedir. Rawls'ın adalet kuramının odağında insanların hak ve özgürlüklerinden feragat etmek zorunda olmadığı adil bir sosyal politika geliştirmek vardır. Buradan yola çıkarak Rawls (1971), adaleti de sosyal kurumların ilk erdemi olarak ifade etmiş ve adalet kavramını, insanların hak ve özgürlüklerinin

resmi makam ve görevlere eşit bir şekilde sahip olabilmeyi de içerecek şekilde anlam açısından genişletmiştir.

Adalet kavramı, on dokuzuncu yüzyılda mevcut toplumsal düzene karşı çıkan sanayi devrimi ile ekonomistler tarafından da incelenmeye başlanmıştır. Sanayi devriminin yol açtığı toplumsal değişimle birlikte Karl Marx çalışma ilişkilerini eleştirmiş ve bunun sonucunda işçi sınıfına yönelik sömürüyü gözler önüne sermiştir (Przećzek ve ark., 2020). Marx, neyin adil olup neyin olmadığını işçi sınıfıyla mülk sahipleri arasındaki ilişkilerin belirlediğini ifade etmiştir. Dolayısıyla, her üretim sisteminin kendi adalet çerçevesini yarattığını vurgulamıştır (Przećzek ve ark., 2020). Keynes (1975) ise, adaletsiz bir servet dağılımından kaçınılması gerektiğini ve devletin bu konudaki rolünün daha adil bir servet dağılımına dönüşecek olan yatırımları destekleyerek işsizlikle mücadele etmek olduğunu savunmuştur (Savaş ve Şahin, 2021). Avusturyalı ekonomist Hayek ise, devletin kaynak dağıtım rolünü kabul etmesine rağmen, vatandaşların statüsünü düşürecek veya mahremiyetlerini tehdit edecek şekilde hareket etmesini adaletsiz olarak gören farklı bir yaklaşım önermiştir (Przećzek ve ark., 2020).

Öte yandan, hukuk, insanların uyum içinde yaşayabilmesi için insan ilişkileri düzenlemeye odaklanan bir disiplindir (Çeçen, 1975). Bu düzenlemeler, kanunlar karşısında herkesin eşit olduğunu kabul ederek gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır (Kılınç, 2013). Bunun için hukukun en temel ve vazgeçilmez normu adalettir (Kılınç, 2013). Hukuk disiplinine göre, otoriteler toplumsal düzeni bozan bireylere (hırsızlık, öldürme, yaralama vb.) yaptırımlar uygulayarak adaleti tesis ederler (Çeçen, 1975). Esas itibarıyla hukuk toplumsal düzeni korumak için adaleti tesis ederken toplum için iyi olanın, faydalı olanın ne olduğuyla ilgilenmek yerine hukuk kurallarını uygulamaya odaklanır (Derbil, 1946).

Filozofların, ekonomistlerin ve hukukçuların yaklaşımlarından hareketle, adaletin toplum ve sosyal ilişkiler bağlamında açıklanması sosyal adalet kavramını gündeme getirmiştir (Durocher, Gibson ve Rappolt, 2014). Daha geniş bir perspektiften bakıldığında, adaletin bireyler arası ilişkiler ve toplumsal düzeni oluşturmayla ilgili olmasından dolayı, her tür adaletin *sosyal adalet* olduğu ifade edilmiştir (Przećzek ve ark., 2020). Bu bağlamda sosyal adalet, bireylerin vatandaş olarak eşit değere ve adil haklara sahip olmasının yanı sıra, toplumsal kaynakların ve fırsatların tüm bireylere adil ve etik bir şekilde dağıtılmasını içermektedir (Wilcock ve Townsend, 2009). Sosyal adaletsizlik ise, adaletsizliğe maruz kalan kişi ya da grup açısından çatışmanın kaynağı olmuş ve sosyal değişikliklerle sonuçlanan çok sayıda toplumsal ayaklanmalara (örn, Fransız Devrimi, Amerikan Bağımsızlık Savaşı, Bolşevik Devrimi ya da Arap Baharı) yol açmıştır (Przećzek ve ark., 2020).

Sosyal adalet ile ilgili araştırmalar incelendiğinde, sosyal adalet kavramının, *onarıcı adalet* (restorative justice) ve *cezalandırıcı adalet* (retributive justice) olmak üzere iki alanı olduğu görülmektedir (Gumz ve Grand, 2009). Onarıcı adalet, adaletsiz bir muameleye maruz kalan mağdura verilen zararı toplumsal düzenin sağlanması için onarmaya

odaklanmaktadır (Gumz ve Grand, 2009). Zehr (1990) onarıcı adalet paradigmasının suçun ne olduğuyla ya da suçlunun nasıl cezalandırılacağı ile ilgilenmek yerine, suçla ilgili en önemli gerçeğin bireylere ve topluma zarar vermesi olduğunu öne sürmekte ve adaletin bu zararı nasıl düzeltereği ile ilgilenmektedir. Onarıcı adaletin bakış açısı göz önünde bulundurulduğunda, akla öncelikle mağdurlar ve belki de suçtan etkilenen toplum gelse de suçlunun, işlediği suç nedeniyle uğradığı zarar da dikkate alınmaktadır (Bergseth ve Bouffard, 2007). Buradan yola çıkarak, onarıcı adaletin nihai amacının tüm taraflar (fail, mağdur ya da toplum) için olumsuz etkilerini onarmak olduğu söylenebilir (Braithwaite, 2000). Cezalandırıcı adalet ise, doğrudan veya dolaylı olarak başkalarına zarar veren, ahlaki olarak yanlış eylemleri kasıtlı olarak gerçekleştiren kişilerin, yanlış eylemleri için nasıl cezalandırılması gerektiğini açıklamaya odaklanmaktadır (Carlsmith ve Darley, 2008). Cezalandırıcı adaleti, failin cezasının işlenen zararlar orantılı olarak ödenmesi gerektiği fikrine atıfta bulunur; ceza başlı başına bir araçtır ve suçluya sadece hak ettiği için verilmektedir (Carlsmith, Darley ve Robinson, 2002). Var olan ahlaki dengeyi bozmak ve adaletin sağlanması için kabul edilen kuralların ihlal edilmesi, failin cezası hak ettiği anlamına gelmektedir (Laxminarayan, Bosmans, Porter ve Sosai, 2013). Hapsedilme cezası ya da diğer ağır cezalar, cezalandırıcı adaletle ilişkilendirilebilir (Laxminarayan ve ark., 2013).

Davranışsal Araştırmalarda 'Adalet' Kavramının Kullanımı

Homans (1961) sosyal davranışı, en az iki kişi arasındaki somut veya soyut katkı ve kazanımları içeren bir mübadele olarak kavramsallaştırmış ve sosyal ilişkileri, işgören odağında dağıtım adaleti açısından incelemiştir. Homans'ın (1961) dağıtım adaleti, bireyin harcadığı emekle (katkı), bu emeğin karşılığında elde ettiği kazanımı denklik açısından kıyaslaması ile ilgilidir. Bu kıyaslama sonucunda elde edilen kazanım, bireyin ödül beklentisini karşılıyorsa dağıtım kararı birey için adildir, elde edilen kazanım bireyin ödül beklentisini karşılamıyorsa dağıtım kararı birey için adil değildir (Homans, 1961). Burada ödül beklentisinden kasıt saygı görme, onur, arkadaşlık, dikkate alınma gibi kazanımlardır. Homans (1961) adil katkı ve kazanımın, toplumsal ilişkilerin sürdürülmesini sağlayan sosyal bir norm olduğunu ifade etmiştir (Homans, 1961).

Homans'ın (1961) kavramsallaştırdığı dağıtım adaletini temel dayanak olarak kabul eden Blau (1964), sosyal mübadele kuramını (*social exchange theory*) geliştirmiştir. Blau'ya (1964) göre, sosyal mübadele kuramı kapsamında, tarafların sosyal ilişkileri, ödüllendirilme beklentisine (örn., saygı görme, onur, arkadaşlık, dikkate alınma vb.) ve ilişkileri sürdürme temeline dayanmaktadır (Blau, 1964). Bireyler arasında, bu motivasyonlar aracılığıyla mübadeleler gerçekleşmektedir. Bu sosyal mübadele ilişkisinin en temel kuralı, bireylerin kendilerine yarar sağlayan ya da yarar sağlayacağına inandıkları kişi ya da kişilere yönelik olumlu karşılıklar verme yükümlülüğüdür (Yürür, 2019). Diğer bir ifadeyle, kendisine yapılan bir iyiliğin karşılığını iyiliği yapan kişiye ödemek fayda elde eden taraf için bir borç gibidir.

Sosyal ilişkiler için adaleti temsil eden bu yükümlülüklerin yerine getirilmesi, mübadele ilişkisinin adil olduğunu, yükümlülüklerin yerine getirilmemesi de mübadele ilişkisinin adil olmadığını göstermektedir (Blau, 1964).

Homans (1961) ve Blau'nun (1964) yaklaşımları insanlar arasındaki mübadele ilişkisinde adaletin ya da adaletsizliğin öncüllerini ve sonuçlarını belirlemenin mümkün olacağını gösteren bir kurama zemin hazırlamıştır: *Eşitlik kuramı* (Adams, 1965). Dağıtım adaletinde (Homans, 1961), işgörenler adalete ilişkin yargıya varmak için kendi katkı oranlarını kendi kazanım oranlarını kıyaslarlarken, Adams (1965) tarafından ortaya atılan eşitlik kuramında, işgörenin adalete ilişkin yargıları, katkı-kazanım oranlarını kendileriyle eş gördükleri (çalışma süresi, eğitim vb. açısından) bir başka işgörenle kıyaslayarak oluşmaktadır. Adams (1965), katkıyla işgörenlerin kişisel çabalarını, eğitim düzeylerini, iş tecrübelerini, aldıkları mesleki eğitimleri ve mevcut işin gerekliliklerini yerine getirmek için yaptıklarını kastetmektedir. Diğer bir ifadeyle işgören açısından katkı, ücretlendirilmesi gerektiğine inanılan her şeyi kapsamaktadır (Yürür, 2018). Adams'a (1965) göre, kazanımlar da ücrete ek olarak terfiyi, geniş bir odayı, şirket arabasını, mesleki eğitim fırsatını ifade etmektedir. Katkı-kazanım oranı eşitlendiğinde işgören örgütsel kaynakların adil dağıldığını düşünürken oranlar arasındaki eşitliğin bir şekilde bozulması, oranı küçük olan taraf için adaletsizlik anlamına gelmektedir (Adams, 1965; Yürür, 2018). Böyle bir kıyaslama durumunda dört farklı adaletsizlik türü ortaya çıkmaktadır (Adams, 1965). Bunlardan ilki katkıların aynı olup A (kendisi) kişinin kazanımlarının B (çalışma arkadaşı) kişisinden fazla olmasından kaynaklanan adaletsizlik türüdür (1. durum). Bir diğeri ise, yine katkıların aynı olup B kişinin kazanımlarının fazla olmasından kaynaklanan adaletsizlik türüdür (2. durum). Üçüncüsü, kazanımların aynı olup A kişinin katkısının daha çok olmasından kaynaklanan adaletsizlik türüdür (3. durum). Son olarak, bir diğeri durum kazanımların aynı olup B kişinin katkısının çok olmasından kaynaklanan adaletsizlik türüdür (4. durum). Yukarıda bahsi geçen dört durum kıyaslamayı yapan kişi açısından değerlendirildiğinde, 1 ve 4 durumunda kendisi değil çalışma arkadaşı adil olmayan bir muamele görmekteyken, diğer iki durumda (1 ve 3) kendisi adil olmayan bir muamele görmektedir. Adams (1965), kimin adaletsiz muamele gördüğüne bakılmaksızın (A ya da B), insanların bu durumdan rahatsız olacağını ve bu adaletsizliği bir şekilde dengelemek için birtakım tutumlar geliştireceğini ya da davranışlar sergileyeceğini ifade etmektedir. Yani, eğer kıyaslanmanın sonucu birey için önemliyse, kıyaslama yapan kişi açısından avantajlı ya da dezavantajlı olduğuna bakılmaksızın, birey için rahatsız edici bir durum açığa çıkar (Yürür, 2018). Bu durumda kuram, bireyin adalet konusunda dengeyi sağlamak için çaba harcayacağını öne sürmektedir (Adams, 1965). Eşitlik kuramının (Adams, 1965) temel varsayımlarına göre, insanlar kendilerinin avantajlı ya da dezavantajlı olduğuna bakılmaksızın adaletsizliğe ilişkin durumlardan herhangi birini yaşadığında, bulunduğu ortamı terk ederek (örn., işten ayrılmak), kendi katkıları veya kazanımlarını değiştirerek (örn., daha az çalışmak ya da daha çok çalışmak),

karşılaştırma yaptığı kişinin katkı veya kazanımlarını değiştirerek (örn., arkadaşına daha az çalışması için yardım etmek ya da yöneticisiyle arkadaşının daha fazla ücret alması için konuşmak), karşılaştırma yaptığı kişiyi değiştirerek ya da bilişsel uyarılama yaparak (örn., arkadaşından daha çok ücret alıyor olmanın haklı bir sebebi olduğunu düşünmek) durumu dengelemeye çalışabilir.

Eşitlik kuramı (Adams, 1965), bütün insanların eşitliğe karşı duyarlılıklarının aynı olduğunu öne sürmektedir (Huseman, Hatfield ve Miles, 1985). Diğer bir ifadeyle, bireyler katkı-kazanım oranlarını başkalarıyla kıyaslarlarken eşitliğe karşı duyarlılıklarının aynı düzeyde olduğu varsayılmıştır. Bu durum eşitlik normu (norm of equity, Walster, Walster ve Traupmann, 1978) olarak adlandırılmıştır. Yapılan kuramsal (örn., Goodman, 1974) ve ampirik çalışmalarda (örn., Austin ve Walster, 1974) evrensel eşitlik normunu destekleyici sonuçlar elde edilmiştir. Buna rağmen, bazı araştırmalarda bireylerin işe yönelik unsurları farklı algıladığı, yani herkesin katkı olarak ve kazanım olarak değerlendirdikleri özelliklerin farklı olduğu gözlemlenmiştir (Tornow, 1971). Bu farklılıklar bireylerin aşırı ödüllendirilmesine ya da az ödüllendirilmesine olan duyarlılıklarını etkilemektedir (Huseman ve ark., 1985). Huseman ve ark. (1985) tarafından inşa edilen eşitliğe karşı duyarlılık (*equity sensitivity*), eşitlik kuramının varsayımlarını kabul etmekle birlikte eşitliğin kişiden kişiye değişebileceğini de öne sürmektedir. Huseman ve ark. (1985), bireylerin kazanımla ilgili farklı beklentilerinin olduğunu ve bu yüzden eşitliğe ya da eşitsizliğe karşı tutarlı ama bireysel olarak farklı tepkiler verdiklerini öne sürmektedir. Böylece, Huseman ve ark. (1985) tarafından yürütülen çalışmanın sonucunda, insanların eşitliğe karşı duyarlılıklarına yönelik üç düzeyli bir sınıflandırma yapılmıştır: *yüce gönüllüler* (benevolent), *eşitliğe karşı duyarlılar* (sensitive), *imtiyaz peşinde koşanlar* (entitled). Yüce gönüllüler, mübadele ilişkisinde elde edecekleri kazanımlar yerine bu ilişkiye nasıl daha çok katkı sağlayacaklarına odaklanırken imtiyaz peşinde koşanlar kendi katkı-kazanım oranlarını diğerlerinin katkı-kazanım oranıyla kıyaslandıklarında, kendi oranlarının karşılaştırma yaptıkları kişilerin oranlarından daha yüksek olmasını arzu ederler. Eşitliğe karşı duyarlı bireyler ise, eşitliğin bozulmasından rahatsızlık duyarlar ve aşırı kazanım elde ettiklerini düşündüklerinde suçluluk, az kazanım elde ettiklerini düşündüklerinde üzüntü ve stres hissederler (Huseman ve ark., 1985).

Dağıtım adaletinin nasıl tahsis edildiğine gelindiğinde, kaynakların en temelde eşitlik (equity) ilkesine göre dağıtılarak adaletin sağlandığı görülmektedir (Adams, 1965). Eşitlik ise, ilgili tüm taraflar için, bireysel farklılıklara bakılmaksızın (yaş, cinsiyet, ırk), eşit katkı-kazanım oranını ima eden sosyal mübadele için normatif bir standart olarak önerilmiştir (Homans, 1961). Buna göre, taraflar arasındaki mübadele birbirinin eşit derecede karşılığı oluyorsa adalet sağlanmış demektir. Mübadele ilişkilerinde eşitliğin genel adalet ilkesi olduğu iddiası öne sürülürse de tek yol olmadığı ifade edilmektedir (Deutsch, 1975; Walster ve ark., 1978). Sosyal mübadelenin adil olması, eşitlik ilkesiyle sağlanabileceği gibi hakkaniyet (equality) ilkesi ya da ihtiyaç

(need) ilkesiyle de sağlanabilir (Deutsch, 1975). Bireylerin çabalarına bakılmaksızın herkese eşit dağıtım öngören eşitlik ilkesinin aksine, hakkaniyet ilkesine göre, dağıtım bireylerin çabalarının karşılığı olacak şekilde yapılır (Deutsch, 1975). Kaynak dağıtımına ilişkin bir diğer ilke ise, eşitlik ilkesi veya hakkaniyet ilkesinin gölgesinde kalan (Bond, Leung ve Wan, 1982) ihtiyaç ilkesidir. İhtiyaç ilkesine göre, kaynakların dağıtımında bireylerin çabalarından ziyade ihtiyaçlarına bakılır ve kaynaklar ihtiyacı en çok olana daha fazla verilecek şekilde dağıtılır.

İşletme Disiplininde Adalet

Homans (1961), Blau (1964) ve Adams (1965) tarafından yürütülen çalışmalar adaletin sosyal ilişkiler bağlamında nasıl şekillendiğini açıklarken iş yaşamına odaklanan adalet çalışmalarının da dayanağı olmuşlardır (Greenberg, 1987). Ancak, Greenberg (1987) ve Greenberg (1990) bu kuramların iş yaşamını ele alarak kullanılsalar dahi asıl amaçlarının sosyal etkileşimde adalet ilkelerini test etmek olduğunu belirtmişlerdir. Dahası, bu teorilerin örgütsel davranış biçimlerini açıklamak için kullanıldıklarında, karışık ve sınırlı bir başarı gösterdikleri ifade edilmiştir (Greenberg, 1987; Greenberg, 1990). Bundan yola çıkarak, örgütsel işleyiş ile doğrudan ilgili değişkenlere ve konulara daha duyarlı olan araştırmalar yapılmaya ve kavramsal modeller geliştirilmeye başlanmıştır. Bu çalışmaların başlangıç noktasının, Greenberg'in (1987) *örgütsel adalet* kavramını ilk kez kullandığı "A taxonomy of organizational justice theories" başlıklı makalesi olduğu söylenebilir (Saunders, 2006). Zamanla adaletle ilgili endişelerin personel seçimi (Arvey ve Renz, 1979), iş anlaşmazlıkları (Walton ve McKersie, 1965) ve ücret müzakeresi (Mahoney, 1975) gibi örgütsel davranış konularıyla incelenmeye başlanması ile örgütsel adalet mevcut bilgi birikimine ulaşmıştır.

İlgili yazın incelendiğinde, genel olarak kaynakların dağıtımına ilişkin işgören algısını ifade eden örgütsel adaletin (Greenberg, 1987) dört boyutunun olduğu görülmektedir: *dağıtım adaleti* (distributive justice), *prosedür adaleti* (procedural justice), *kişilerarası adalet* (interpersonal justice), *bilgilendirme adaleti* (informational justice). Örgütsel adaletin ilk boyutu 1950 ve 1970'lerde kavramsallaşan dağıtım adaletidir (Adams, 1965; Homans, 1961). Dağıtım adaleti, örgütsel kaynakların dağıtım kararlarına ilişkin işgören algısı olarak tanımlanmıştır (Leventhal, 1980). Ardından, Thibaut ve Walker (1975) tarafından örgütsel kaynakların dağıtımına ilişkin olarak karara varabilmek ve bunları uygulayabilmek için kullanılan prosedürler incelenmiştir. Buna bağlı olarak, 1970 ve 1990'larda kavramsallaşan prosedür adaleti, örgütsel kaynakların dağıtımına ilişkin prosedürlere yönelik işgören algısını ifade etmektedir (Thibaut ve Walker, 1975). Bu prosedürler, önyargısız ve tutarlı olmalı, doğru bilgiye dayandırılmalı, hataları düzeltebilme özelliği taşımalı, tüm tarafların haklarını temsil etmeli ve etik standartlara uygun olmalıdır (Leventhal, 1980). Daha sonra, 1980'lerden itibaren iletişimin örgütsel adalet üzerindeki etkisi incelenmeye başlanmıştır (Bies ve Moag, 1986). Böylece, adaleti bir iletişim kriteri olarak nitelendiren etkileşim

adaleti, örgütsel kaynakların dağıtımına ilişkin prosedürlerin kendilerine nasıl aktarıldığına (örn., nazikçe ya da kaba) yönelik işgören algısı olarak tanımlanmaktadır (Bies ve Moag, 1986). Örgütsel adalet araştırmalarının geldiği bu nokta itibarıyla dağıtım adaleti ile başlayan örgütsel adalet, prosedür adaletiyle iki boyut olarak incelenmeye başlamış (Thibaut ve Walker, 1975) ve ardından, etkileşim adaletinin eklenmesiyle üç boyut olarak incelenmiştir (Niehoff and Moorman, 1993): *Dağıtım adaleti*, *prosedür adaleti*, *etkileşim adaleti* (interactional justice). Üç boyutlu olarak incelenen örgütsel adalet, Greenberg (1993) tarafından etkileşim adaletinin kişilerarası adalet ve bilgilendirme adaleti olmak üzere iki alt boyuta ayrılarak incelenmesiyle son formunu almıştır (Colquitt, 2001). Kişilerarası adalet, yöneticinin örgütsel kararları işgörene iletilirken nasıl davrandığı ile ilgilidir (Greenberg, 1993). Buna göre, eğer yönetici nazik davranıyorsa işgören gördüğü muameleyi kişilerarası adalet açısından adil algılayacaktır (Colquitt, 2001). Bilgilendirme adaleti ise iş için gerekli olan bilgilerin ve kararların işgörene zamanında, doğru ve eksiksiz olarak iletilmesi ile ilgilidir (Greenberg, 1993). Buna göre, eğer yönetici örgütsel kararları işgörene zamanında, doğru ve eksiksiz olarak iletiyorsa işgören gördüğü muameleyi bilgilendirme adaleti açısından adil algılayacaktır (Colquitt, 2001).

Adalet yazını için önemli olan bir diğer konu ise, insanların adaletle neden ilgilendikleri, adil muamele görme arzularının ardında hangi motivasyonların olduğunu anlamaktır (Tyler ve Lind, 1992). İnsanların iş yerinde adaleti neden önemsedikleri sorusunun cevaplanması için *kişisel çıkar modeli* (self interest model; Thibaut ve Walker, 1975), *grup değeri modeli* (group value model; Tyler ve Lind, 1992) ve *deontolojik model* (deontic justice; Cropanzano, Goldman ve Folger, 2003) olmak üzere üç model önerilmiştir. Kişisel çıkar modeli (diğer ismiyle araçsal model; instrumental model) ve grup değeri modeline (diğer ismiyle ilişkisel model; relational model) göre, adaletin neden önemsendiği prosedür adaleti bağlamında ekonomik ve sosyal kazanımlar üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır (Thibaut ve Walker, 1975; Tyler ve Lind, 1992). Buna göre kişisel çıkar modeli, insanların uzun vadede ekonomik kazanım elde etmelerine aracılık ettiği için iş yaşamında adaletin önemsendiğini öne sürmektedir (Thibaut ve Walker, 1975). Grup değeri modeli ise, insanların uzun vadede sosyal ilişkilerini sürdürebilmelerine aracılık ettiği için iş yaşamında adaletin önemsendiği öne sürmektedir (Tyler ve Lind, 1992). Her iki model de insanların sosyal ya da ekonomik açıdan kazanım elde edebilmeleri için adaletin vazgeçilmez olduğunu vurgulamaktadır (Cropanzano ve ark., 2003). İş yaşamında adaletin tesis edilmesinin işgörenlere ekonomik ve sosyal birtakım kazanımlar sağladığı, taraflar arasındaki iş ilişkisinin doğasında olan yadsınamaz bir gerçektir (Cropanzano ve ark., 2003). Ancak bu iki modelde adaletin ahlaki yönü göz ardı edilmiştir (Cropanzano ve ark., 2003). Oysaki adalet, insanları doğru olana, iyi olana yönlendiren bir erdem, bir fazilettir (Yürür, 2018). Sadece kişisel çıkarlara (sosyal ya da ekonomik) hizmet eden bir araç değildir (Cropanzano ve ark., 2003). Hatta adalet, aynı zamanda, başkalarının da iyiliğini

düşünmektir (Aristoteles, 1953). Buradan yola çıkarak, insanların ahlaki yükümlülükleri yerine getirmek için adaleti önemsendiği deontolojik model ortaya atılmıştır (Cropanzano ve ark., 2003). Model, adalete verilen değer in adaletin ahlaki bir erdem olmasından kaynaklandığını öne sürmektedir (Cropanzano ve ark., 2003). Bu modelde adaletin yerine getirilmesi kaçınılmaz bir kural olarak görülür ve bu kurallar insanları bencil isteklerini gerçekleştirmekten alıkoymaz (Cropanzano ve ark., 2003).

Örgütsel adalet yazının genel olarak işgörenlerin adalet algılarını anlamaya ve/veya açıklamaya odaklandığı görülmektedir (örn., Moorman, 1991). Bu çalışmalar, işgören-yönetici, işgören-örgüt arasındaki mübadele ilişkisini işgören bakış açısıyla değerlendirmektedir. Oysaki sosyal ilişkilerde her iki tarafın yükümlülükleri bulunmaktadır ve adil bir mübadele olması için iki taraf da bu yükümlülükleri yerine getirmekten eşit derece sorumludur (Blau, 1965). Bu sebeple, örgütsel adalet sosyal mübadelenin tarafları olan örgüt ve yöneticiler açısından da incelenmelidir (Scott ve ark., 2007; Scott ve ark., 2014). Daha geniş bir perspektiften bakıldığında, örgüt iç paydaşlarıyla olduğu kadar (işgören ve yönetici) dış paydaşlarıyla (tedarikçiler, müşteriler, sendikalar vb.) da sosyal mübadele ilişkisi kurmakta ve ilişkinin doğası gereği taraflar arasında karşılıklı yükümlülükler oluşmaktadır (Cropanzano ve Mitchell, 2005). Öyleyse, sosyal adaletin bir parçası olan örgütsel adaletin (Durocher ve ark., 2014), işletmenin sosyal mübadele ilişkisi içinde olduğu taraf olarak müşterileri de kapsayan toplumsal bir mesele olduğu söylenebilir. Buradan yola çıkılarak bir sonraki bölümde örgütsel adalet, işgörenlere ek olarak konudan etkilenen taraflar olarak yöneticiler ve müşterileri de kapsayacak şekilde incelenmektedir.

Örgütsel Adaletten Etkilenen Taraflar

İşgörenler

İşletme içerisinde, adalete ilişkin uygulamalarla ilk muhatap olan taraf, adaletten etkilenen olarak işgörenlerdir. Çünkü işgören, örgütsel kararların dağıtımından (örn., kimin terfi edeceğine ilişkin karar), dağıtım kararlarının uygulanmasında izlenen yöntemden veya bu kararların kendilerine aktarılış biçiminden (örn., nazik davranış, detaylı bilgi paylaşımı) dolayı ekonomik ve/veya sosyal kazanım ya da kayıp yaşar (Adams, 1965; Thibaut ve Walker, 1975; Tyler ve Lind, 1992). İşgörenlerin adaletle ilişkin algıları, yöneticileriyle veya örgütleriyle girdikleri etkileşimin sonucunda yapmış oldukları "*bu karar adil*" ya da "*bu karar adil değil*" şeklinde öznel değerlendirmelerini ifade etmektedir (Cropanzano, Bowen ve Gilliland, 2007). İlgili yazın incelendiğinde işgörenlerin adaletle ilişkin değerlendirmelerinde, kişilik özelliklerinin, yöneticilerine ilişkin özelliklerin, örgütlerine ilişkin özelliklerin etkisi olduğu görülmektedir (Yürür, 2015). İşgörenin özelliklerine bakıldığında, değerlendirmeyi yapan kişinin cinsiyetinin adalet algısını etkilediği sonucuna varan çalışmalara rastlanmıştır (örn., Yürür, 2008). Bu çalışmalar, erkeklere kıyasla kadınların adalet algılarının daha düşük olduğunu göstermektedir. Diğer bir özellik olan eşitliğe karşı

duyarlılığın da adalet algısı üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Eşitliğe karşı duyarlı birerler, yüce gönüllülere ve imtiyaz peşinde koşanlara göre adaletsizliği dengelemek için daha çok çaba sarf etmektedir (Scott ve Colquitt, 2007). Ek olarak, özdenetim, uyumluluk, dışadönüklük, nevroitiklik ve gelişime açıklık gibi kişilik özelliklerini içeren beş faktör kişilik özelliğinin (Digman, 1989) bilhassa uyumluluk boyutunun işgörenlerin adalet algısını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir (Shi, Lin, Wang ve Wang, 2009). İlgili yazında, işgörenlerin adalet algısını yöneticilerin özelliklerinin de şekillendirdiğini öne süren çalışmalar incelendiğinde, dönüşümcü liderlerin (Xinlu ve Vinitwatanakhun, 2021) ya da otantik liderlerin (García-Guiu, Moler ve Moriano, 2015) işgörenlerin örgütsel adalet algıları üzerinde pozitif etkileri olduğu görülmektedir. Örgüte ilişkin özelliklere bakıldığında ise, örgüt kültürünün (James, 1993; Lee, Pillutla ve Law, 2000) ve etik iklimin işgörenlerin adalet algıları üzerinde etkili olduğu görülmüştür. James (1993) ve Lee ve ark. (2000) tarafından güç mesafesinin işgörenlerin örgütsel adalet algılarına negatif etkisi olduğu ifade edilmiştir. Etik iklimin ise işgörenlerin örgütsel adalet algıları üzerine pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir (örn., Deconinck, Johnson ve Busbin, 2012). Ayrıca, işgörenlerin birey örgüt uyumu algıları arttıkça örgütsel adalet algılarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Yazıcı ve Yürür, 2019).

Sosyal mübadele kuramı (Blau, 1964) bağlamında, adaletle ilişkin değerlendirmelerinin ardından işgörenler olumlu ya da olumsuz tepkiler vererek mübadele içindeki yükümlülüklerini yerine getirmektedir (Adams, 1965). Eğer işgörenin örgütsel kaynakların dağıtımına ilişkin değerlendirmeleri olumluysa olumlu karşılık vermektedir (örn., ekstra rol davranışı, Yürür ve Mengenci, 2014; örgütsel vatandaşlık davranışı, Moorman, 1991; performans, Niehoff ve Moorman, 1993; örgütsel bağlılık, Akgündüz ve Güzel, 2014; örgütsel güven, İşcan ve Sayın, 2010). Buna karşılık, eğer işgörenin örgütsel kaynakların dağıtımına ilişkin değerlendirmeleri olumsuzsa, mübadele ilişkisi içinde olduğu tarafa olumsuz karşılıklar vermektedir (örn., hırsızlık, Greenberg, 1990; örgütsel sapma davranışı, Çeken, 2012; üretkenlik karşıtı iş davranışları, Polatçı ve Özçalık, 2015; intikam niyeti, Tekin ve Kaya, 2021).

Yöneticiler

Örgütsel adalet yazınındaki araştırmaların genel olarak işgörenlerin örgütsel adalet algılarına odaklandığı görülmektedir (Qin ve ark., 2018; Scott ve ark., 2014). Oysaki örgütsel adalet iki taraf arasındaki etkileşim sonucunda ortaya çıkmaktadır (Adams, 1965). Öyleyse adaletin sağlanması için ya da adaletsizliğin önlenmesi için yöneticilerin de adaletle yönelik davranışları incelenmeli ve dağıtım kararlarının arka planı keşfedilmelidir (Scott ve ark., 2014; Yazıcı ve Yürür, 2022).

İşgören açısından öznel bir değerlendirmeyi ifade eden örgütsel adalet, yönetici açısından adaletle ilişkin kurallara uymayı (justice rule adherence; Scott ve ark., 2009) veya adalet kurallarının uygulanmasını (justice enactment, Graso, Camps, Strah ve Brebels, 2020) ifade etmektedir. Tıpkı işgören açısından olduğu gibi yönetici açısından da

uyulması ya da uygulanması gereken adalet kuralları dört boyuttan oluşmaktadır: *Dağıtım adaleti* (Adams, 1964), *prosedür adaleti* (Leventhal, 1980), *bilgilendirme adaleti* ve *kişilerarası adalet* (Greenberg, 1993). Buna göre dağıtım adaleti, yöneticilerin örgütsel kaynakları nasıl dağıttığını ifade ederken (Adams, 1965), prosedür adaleti kaynakların dağıtımında prosedür adaleti kurallarını nasıl uyguladığını ifade etmektedir (Leventhal, 1980). Etkileşim adaleti ise, yöneticinin iletişime ilişkin kriterleri nasıl uyguladığı ile ilgilidir (Bies ve Moag, 1986). Scott ve ark. (2014), yöneticilerin etkileşim adaletine ilişkin yetkilerinin doğrudan işgörene nasıl davranacağını ifade ettiği için diğer iki adalet türüne kıyasla daha geniş olduğunu öne sürmekte ve etkileşim adaletini, sırasıyla prosedür adaletinin ve dağıtım adaletinin takip ettiğini belirtmektedir. Bu durumda yöneticinin dağıtım adaletine ilişkin yetkilerinin kaynak dağıtımında örgütsel politikalara bağlı olma zorunluluğundan dolayı kısıtlı olduğu söylenebilir.

Örgütsel adalet yazınında yönetici odaklı çalışmaların temel olarak yöneticilerin adaletle ilişkin davranışlarının öncülleri ve ardılları olmak üzere ikiye ayrıldığı görülebilir (Graso ve ark., 2020). Yöneticilerin adaletle ilişkin davranışlarının öncülleri öncelikle işgören özellikleri açısından incelenmiş (Koopman, Matta, Scott ve Conlon, 2015; Scott ve ark., 2007) ve yöneticilerin olumlu özelliklere sahip işgörene (örn., karizmatik çalışan, Scott ve ark., 2009) daha adil davranma eğiliminde olduğu sonucuna varılmıştır. Ardından, işin özelliklerinin yöneticilerin adaletle ilişkin davranışlarına etkisi incelenmiş ve iş yükünün, zaman baskısının, iş baskısının ve yönetsel görevlerin yöneticinin adil davranışlar sergilemesi üzerinde olumsuz etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Schuh, Zheng, Xin ve Fernandez, 2019). Bir başka öncül olan yönetici özelliklerine gelindiğinde, örneğin empatik olmanın (Patient ve Skarlicki, 2010) ya da ahlaki zorunluluk hissetmenin (Patient ve Skarlicki, 2010) yöneticinin davranışları üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir. Son olarak, yöneticilerin adaletle ilişkin motivasyonlarının nasıl bir rolü olduğu açıklanmaya çalışılmıştır ve bu motivasyonların kişisel çıkar (kişisel çıkar modeli) ve ahlaki değerler (deontolojik model) olduğu görülmektedir (Qin ve ark., 2018).

Adaletsiz davranmaya ilişkin kaygılarının diğer kaygılara hâkim olma derecesi olarak kavramsallaştırılabilen yöneticilerin adil davranış sergileme arzusu, yöneticilerin sosyal ve ekonomik kayıp yaşayacağına ilişkin endişelerine dikkat çekmektedir (Ambrose ve Schminke, 2009). Böylece, rekabet eden güdüler yöneticilerin adil davranmalarına yönelik potansiyel engelleri oluşturmaktadır (Ambrose ve Schminke, 2009). Örneğin, bir işgörenin yetkin olması orta veya alt düzey yönetici için gelecekte ekonomik bir kayıp yaşamasına neden olabilecek bir tehdit olarak algılanabilir ve bu tehdit, yöneticinin yetkin işgörene adil davranmasını engelleyebilir (Zheng, Schuh, Dijke ve De Cremer, 2020).

Yöneticiler için örgütsel adaletin tesis edilmesi; emek, zaman, takdir yetkisi ve birtakım önemli bilişsel kaynaklar gerektiren zor bir görevdir (Johnson ve ark., 2014). Örneğin, yöneticilerin adaletle tesis etmeye yönelik kural odaklı davranışlarının öz kaynaklarını tükettiği sonucuna varılmıştır (Johnson ve ark., 2014). Bu açıdan bakıldığında,

yönetici için prosedür adaleti kurallarına bağlı olma mecburiyeti yöneticilerin herkese tutarlı bir şekilde davranmasını, işgörenleriyle arasındaki ilişkinin kalitesine yönelik farklılıkları bir kenara bırakmasını ve işgörelere söz hakkı vermesini, hatta yönetici olarak kontrol ve güç yetkisinden kısmen vazgeçmesini gerektirmektedir (Leventhal, 1980). Eğer öyleyse, prosedür adaletine ilişkin davranışlarının tüketen etkileri, özellikle kontrol ve güç ihtiyacı fazla olan yöneticiler için daha yüksek olacaktır (Johnson ve ark., 2014). Ayrıca, prosedür adaleti kurallarının en iyi nasıl uygulanacağına ve işgörelere bunlara nasıl tepki vereceğine ilişkin belirsizlik ve yöneticilerin bu konuda tecrübelerinin az olması, adaleti tesis etmedeki olumsuz etkileri arttırmaktadır (Scott ve ark., 2009). Buna karşılık, diğer adalet boyutlarına kıyasla yöneticilerin etkileşim adaleti konusunda daha serbest karar alabilmesinden dolayı (Scott ve ark., 2014) kişilerarası adalet davranışları sergilemek (örn., işgörelere saygı göstermek), Bono ve ark. (2013) tarafından öz kaynakları yenileyen bir adalet boyutu olarak görülmektedir. Son olarak, yönetici için adaleti tesis etmek için gereğini yapmak anlamına geldiği için, bunun yöneticilerin mesleki memnuniyetlerini de arttırdığı ifade edilmiştir (Bernierth, Whitman, Walker, Mitchell ve Taylor, 2016).

Müşteriler

Örgütsel adalet müşteri bakış açısıyla incelendiğinde, müşterilerin işletmelerden bekledikleri adaletin iki odağı bilhassa dikkat çekmektedir: satın aldıkları ürün veya hizmet sürecinin adil olması (Maxham ve Netemayer; 2002) ve marka imajı ile işletme içerisindeki süreçlerin adil olması (Varghese ve Kumar 2020). Müşterilerin, satın aldıkları ürün ya da hizmet dolayısıyla örgütsel adaletle olan ilgisi, çoğunlukla müşterinin aldığı hizmetin başarısızlığı (örn., kaba davranış, bozuk ekipman, uçuş rötarları, kargonun geç teslim edilmesi, resepsiyon görevlisinin yanlış anahtar vermesi, eğitmenin uykulu olmasından dolayı dersin verimsiz geçmesi vb., Aydın, 2020) sonrası başarısız hizmetin telafi edilmesi için müşteriye sunulan iyileştirmelerin müşteri tarafından nasıl algılandığı ile ilgilidir (Maxham ve Netemayer, 2002; Smith, Bolton ve Wagner, 1999). Müşteriler, aldıkları hizmetlerin başarısız olması durumunda ekonomik ve sosyal açıdan kayıp yaşarlar (Smith ve ark., 1999). Sosyal mübadele kuramı (Blau, 1964) bağlamında, örgütle / markayla etkileşim içine giren müşteri, katkısının karşılığını iyi bir hizmet olarak almadığında, katkı ve kazanımlar eşit olmadığı için adaletsizlik hisseder (Adams, 1965, Huseman ve ark., 1985).

Müşteri bakış açısıyla adaleti inceleyen çalışmalarda, hizmet adaletinin de üç boyutu olduğu görülmektedir: *dağıtım adaleti*, *prosedür adaleti* ve *etkileşim adaleti* (Hoffman, Bateson, Elliott ve Birch, 2006). Dağıtım adaleti, tüketicilerin bir hizmet süreci boyunca elde ettiği sonuçlara ilişkin algısını ifade etmektedir (Cropanzano, Prehar ve Chen, 2002). Örneğin başarısız hizmet sonrasında tüketiciye önerilen çözümlerin hizmet başarısızlığını ne kadar telafi ettiği dağıtım adaletinin tüketici açısından tesis edildiğinin bir göstergesidir (Hoffman ve ark., 2006). Prosedür adaleti, tıpkı örgütsel kaynakların dağıtım sürecinin adil olup

olmadığına ilişkin işgören algısını ifade ettiği gibi (Thibaut ve Walker, 1975), müşteri açısından hizmet başarısızlığı sürecinin adil olup olmadığına ilişkin müşteri algısını ifade etmektedir (Kwortnik ve Xiaoyun, 2011). Örneğin sürecin hızlı olması ve ilgili kişilerin ulaşılabilir olması, müşteri açısından prosedür adaletinin kriterleri arasında gösterilebilir (Kwortnik ve Xiaoyun, 2011). Son adalet boyutu olan etkileşim adaleti ise, bir iletişim kriteri olarak müşteriye nasıl davranıldığıyla ilgilidir (Mattila ve Patterson, 2004). Yani, hizmet başarısızlığının telafi sürecinde, yöneticilerin ya da işgörelere müşteriye nazik davranması, sorun ve çözümle ilgili detaylı bilgi vermesi ve empati kurması etkileşim adaletine ilişkin kriterleri ifade etmektedir (Kau ve Loh, 2006). Sosyal mübadele kuramına (Blau, 1964) göre, hizmet başarısızlığının telafisinin adil olup olmaması müşterilerin gelecekte nasıl davranacaklarını belirlemektedir (McCull-Kenedy ve Sparks, 2003). Bu doğrultuda ilgili yazında yürütülen çalışmalar, hizmet başarısızlığı sürecinin adillğine ilişkin müşteri algısının müşterinin tekrar satın alma niyetini (örn., Davidow, 2003), hizmet başarısızlığının telafisine ilişkin tatmin düzeyini (örn., Clark, Adjei ve Yancey, 2009) ve ağızdan ağıza pazarlama iletişimini (örn., Davidow, 2003) etkilediğini göstermektedir. Öte yandan ilgili yazında, çevrim içi ağızdan ağıza pazarlama iletişiminin açığa çıkmasında müşterilerin adalet algısının önemli bir faktör olduğu ifade edilmektedir (Ding ve Lii, 2016). Öyleyse, çevrim içi platformların kullanımının artmasıyla çevrim içi ağızdan ağıza pazarlama iletişiminin yaygınlaşması, müşterinin yaşadığı olumsuz tecrübenin hızlıca ürün ya da hizmet ile ilgilenenler arasında yayılmasını sağlamıştır. Böylece, işletmeler ürün veya hizmet sunumunda ya da satış sonrası hizmetlerinde müşterilere karşı daha duyarlı olmak zorunda kalmıştır.

Marka imajı ile işletme içerisindeki süreçlerin adil olmasına ilişkin müşteri beklentilerine gelindiğinde, sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla işletmeler tarafından kendilerine sunulan hizmetlere aktif bir şekilde müdahale edebilen müşterilerin (Cavdar-Aksoy ve ark., 2021), sadece işletmelerin hizmet ve ürün kalitesi için adil uygulamalar talep etmediği, bunlara ek olarak işletmelerin adaletle ilişkin topluma karşı olan sorumluluklarını yerine getirip getirmemesini de önemsedikleri görülmektedir (Ordabayeva ve ark., 2022; Öztürk ve Nart, 2021). Kelley (1899), tüketimi sivil katılımın bir tezahürü olarak konumlandırmaktadır. Kelley'e göre (1899), bireyler tıpkı seçimlerde politik görüşleriyle uyumlu olduğunu düşündükleri partiye oy veriyorlarsa, aynı şekilde kendi değerleriyle uyumlu olan ürün veya hizmetleri satın alarak işletmeleri desteklemektedir. Örneğin, feminizm duyarlılığı olan bireylerin feminizme önem veren markalara yöneldiği (Varghese ve Kumar 2020), hayvan haklarına karşı duyarlı bireylerin de hayvan haklarını destekleyen markalara yöneldiği görülmektedir (Bolter, 2016). Bu örneklerden yola çıkarak işletmelerin sosyo-politik konulardaki tutumlarının müşterilerin satın alma kararları üzerinde etkili olduğu gözlemlenmektedir (Mukherjee ve Althuisen, 2020).

İlgili sosyo-politik meseleler, direkt olarak işletmenin işgörelere uyguladığı adalet politikalarıyla ilgili olmasa da sosyo-politik meselelerin müşterilerin kararları üzerinde

etkili olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, yürütülen kısıtli çalışma aracılığıyla, müşterilerin sosyal adaletin bir tamamlayıcısı olan örgütsel adalete (Durocher ve ark., 2014) yönelik ihlallere karşı da sessiz kalmadığı gözlemlenmiştir (Ordabayeva v., 2022). Diğer bir ifadeyle, müşteriler kendi değerleriyle örtüşen markaları satın alıp desteklerken (Öztürk ve Nart, 2021) değerleriyle örtüşmeyen markaları da cezalandırabilir (Mukherjee ve Althuisen, 2020). Örneğin müşteriler, işgörenler ve yöneticiler arasındaki ücret farklarının aşırı fazla olması durumunda, o işletmenin ürünlerini boykot ederek ilgili işletmeyi cezalandırabilmektedir (Mohan, Lau, Hui ve Bhattacharyya, 2018).

Tüketim karşıtı hareketlerin içerisinde yer alan boykot, tüketicilerin bir işletmenin ürün veya hizmetleriyle sosyal ya da iktisadi ilişkilerini kesmesini ifade etmektedir (Ürkmez, 2020). Son yıllarda tüketiciler tarafından gerçekleşen boykotlar incelendiğinde, boykot nedeninin ekonomikten ziyade sosyo-politik nedenlerden dolayı gerçekleştiği tespit edilmiştir (Balaban ve Yücel, 2019). Diğer bir ifadeyle, tüketiciler ürünlerin yüksek fiyatlı olmasına karşı daha toleransı olabilmektedir. Sektörel bir örneğe göre, 2021 yılında bir çevrim içi perakendecinin işgörenlerin sendikalaşmasını engellediğine yönelik iddialar tüketicilerin boykot çağrısı başlatmalarına neden olmuştur. Daha güncel bir örneğe göre, 2022 yılında Türkiye'nin en büyük gıda perakendecilerinden birinin işgörenlerinin bir kısmı, kendilerine yapılan ücret atışını yeterli görmeyip grev yapmaları sonucunda işletme tarafından işten çıkarılmıştır. İşgörenlerin dağıtım adaleti talebinin işletme tarafından nasıl reddedildiğinin hızla yayılması sonucunda, sosyal medyada müşteriler tarafından boykot çağrıları başlamış ve konu ile ilgili bir farkındalık yaratılmıştır.

Özetle, müşteriler işletmelerden kişisel çıkarları doğrultusunda (kişisel çıkar modeli, Thibaut ve Walker, 1975) adil olmalarını beklerken aynı zamanda sosyal adaletin tesis edilmesi (deontolojik model, Cropanzano ve ark., 2003) bakımından da adil olmalarını beklemektedir. Her iki durumda da müşterilerin adil uygulamaları olumlu tutum ve davranışlarla desteklediği ve adaletsiz uygulamaları da olumsuz tutum ve davranışlarla cezalandırdığı tespit edilmiştir (Mukherjee ve Althuisen, 2020; Ordabayeva ve ark., 2022; Öztürk ve Nart, 2021). Böylelikle, müşterilerin kişisel çıkara ilişkin kaygılarının da deontolojik kaygılarının da işletmenin örgütsel adalete ilişkin uygulamalarına yön verebileceği düşünülmektedir.

Sonuç

Bu çalışma kapsamında, çoğunlukla işgören bakış açısına odaklanılan (Scott ve ark., 2009; Scott ve ark., 2014) örgütsel adalet kavramının yönetici ve müşteri bakış açısından değerlendirilerek genişletilmesi amacından hareketle bir literatür incelemesi sunulmuştur. Böylelikle, örgütsel adalet kavramı işgörenlerin, yöneticilerin ve müşterilerin bakış açılarıyla değerlendirip adaletin tarafları olarak adil uygulamalar üzerindeki etkileri ve bu tür uygulamalardan nasıl etkilendikleri incelenerek işletme disiplindeki birden çok alanı kapsayan kuramsal katkılar

sunulmuştur. Çalışmada, literatürde her ne kadar adalete ilişkin uygulamalardan en çok etkilenen taraf işgörenler olarak görülse de adaletin işgörenlerin algılarından ibaret olmadığı görüşü (Scott ve ark., 2009; Scott ve ark., 2014) doğrulanarak vurgulanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, sosyal adaletin bir parçası olan örgütsel adaletin (ya da adaletsizlik) işgörenlerin, yöneticilerin ve müşterilerin etkileşimleri sonucunda ortaya çıkabileceği yaklaşımı (Patient ve Skarlicki, 2010; Scott ve ark., 2007) desteklenmektedir.

Örgütsel adalet yazınında, işgörenler adaletten etkilenen, yöneticiler ise adaleti tesis eden olarak konumlandırılmıştır (örn., Scott ve ark., 2014). Bu konumlandırmaya göre, yöneticilerin adalete ilişkin uygulamalarda karar alan olarak aktif bir rolü olduğu, işgörenlerin ise etkilenen olarak pasif bir rolü olduğu düşünülmektedir. Bunun aksine yönetici odaklı çalışmalarla, işgörenlerin gerek işe yönelik gerekse kişiliklerine yönelik olumlu özellikleriyle mübadele ilişkisini etkileyebileceği görülmüştür (Scott ve ark., 2007). Öyle ki işgörenler popüler olarak (Koopman ve ark., 2015), uyumlu olarak (Huang, Cropanzano, Li, Shao, Zhang ve Li, 2017) ya da saygılı olarak (Holmvall, Stevens ve Chestnut, 2018) yöneticileriyle aralarındaki mübadele ilişkisine aktif katkı sağlayabildiğinden yöneticiler için daha adil davranışlarla karşılık verilmesi gereken yükümlülükler ortaya çıkmıştır. İşgörenlerin adaletten etkilenen taraf olmalarına rağmen katkılarını değiştirerek (Adams, 1964) müdahale edebilmelerinden yola çıkarak müşterilerin adalete ilişkin uygulamaların gözlemcisi olsalar da sürece aktif müdahale edebilecekleri de görülmektedir. İlgili yazında yürütülen araştırmalarda (örn., Ordabayeva ve ark., 2022), müşterilerin, işletmeler ya da yöneticilerin sosyo-politik konulara olan yaklaşımlarına kayıtsız kalmadığı tespit edilmiştir. Örneğin, bir işletmenin işgörenlerinin ve yöneticilerinin maaşları arasındaki farkın yüksek olması, müşteriler için üründen, hizmetten veya markadan vazgeçmek ya da yaşanan olumsuzlukları sosyal medyada ifşa etmek anlamına gelebilmektedir (Ordabayeva ve ark., 2022). Öyleyse, müşterilerin kendi değer yargılarıyla çelişen uygulamalara tepki göstermeleri, işletme ile aralarındaki mübadele ilişkisinde işletmenin kazanımlarının azalması anlamına gelebilir. Bu durum işletmeler için katkı-kazanım dengesini bozan bir unsur olacağı için eşitlik kuramı (Adams, 1965) ve sosyal mübadele kuramı (Blau, 1965) bağlamında, işletmelerin mübadele ilişkilerini dengelemek için çaba harcayacağı yani müşterilerin beklentilerini karşılayacağı düşünülmektedir. Bundan yola çıkarak, temel amacı kâr elde etmek olan işletmeler için müşteriler de adaletin pasif birer gözlemcisi olmaktan daha fazlasını ifade edecektir. Bu durumda işgörenler ve müşteriler, adaletin tesis edilmesinde karar verici rolü oynamasalar bile eşitlik kuramı (Adams, 1965) ve sosyal mübadele kuramı (Blau, 1965) bağlamında, katkı ya da kazanımlarını değiştirebilmeleri, işten ayrılabilimleri (işgören için) ya da ürün ve hizmeti deneyimlemekten vazgeçebilmeleri (müşteri için), onlara durumu yönlendirebilme hakkı tanıyabilmektedir.

İş yerinde adaletin neden önemli olduğu sorusuna tarafları açısından bakıldığında, işgörenlerin örgütleriyle ya

da yöneticileriyle girdikleri mübadele ilişkisinden sosyal (grup değeri modeli), ekonomik (kişisel çıkar modeli) ya da ahlaki kazanım (deontolojik model) elde etme ihtimalleri olduğu için adaleti önemsedikleri öne sürülmektedir (Cropanzano ve ark., 2003; Tyler ve Lind, 1992). Yöneticilerin ise, ekonomik ya da ahlaki kazanıma yol açacağına inandıkları için adaleti tesis etmeyi önemsedikleri ifade edilmektedir (Qin ve ark., 2018). Müşteriler açısından bakıldığında ise, hizmet hataları söz konusu olduğunda, Thibaut ve Walker'ın (1975) ifade ettiği gibi, ekonomik kayıplar yaşamamak için adaleti önemsedikleri söylenebilir. Diğer taraftan, müşterilerin insan haklarını (Mukherjee ve Althuisen, 2020), hayvan haklarını (Bolter, 2016) ya da işletme özelinde işgören haklarını (Ordabayeva ve ark., 2022) gözetmeleri ise ahlaki kazanım elde etme motivasyonu ile açıklanabilir. Müşterilerin adaletin gözlemcisi olarak herhangi bir kazanım elde etmeyecek olmalarına rağmen mağdurun ya da toplumun tarafında olmaları, müşterilerin adaletle ilişkin bakış açılarının Platon'un (1945), Aristoteles'in (1953), Kant'ın (1949) ve Rawls'ın (1971) adaleti bir erdem olarak ifade ettikleri yaklaşımları benimsediklerini göstermektedir. Ayrıca, müşterilerin işletmelerin sosyal düzeni bozan adaletsizliklerine karşı dengeyi sağlamak için adaletsizliği ifşa etmeleri ya da işletmenin ürünlerini boykot etmeleri, adaletle ilişkin bakış açılarının cezalandırıcı adalet perspektifinden (Laxminarayan ve ark., 2013) beslendiğini de göstermektedir.

Adaletsizliğe ilişkin tepkiler gerek işgören gerek yönetici gerekse müşteri bakışıyla değerlendirildiğinde, Antik Yunan'dan bu zamana kadar, yani kavramın ilk tartışıldığı zamandan günümüze kadar gelen süreçte, yöneticilerin adaletsiz uygulamalara yol açan davranışlarının olabileceği, buna karşılık insanların da adaletsizliği kendilerince intikam olarak ya da misilleme yaparak dengelemeye çalışabilecekleri görülmektedir. Adaletsiz bir muameleye maruz kalan işgörenin işyerinde hırsızlık yaparak kaybını telafi etmeye çalışması (Greenberg, 1990) ya da müşterinin işletmelerin adaletsiz uygulamalarına karşı ürün ve hizmetlerini boykot ederek işletmeden intikam alması (Ordabayeva ve ark., 2022) Aşil ve Agamemnon örneğinin günümüzdeki yansıması olarak görülebilir.

Uygulamaya Yönelik Çıkarımlar

Bu çalışma kapsamında iş yaşamında adalet; işgören, yönetici ve müşteri tarafları açısından incelenmiştir. Bu yaklaşımın örgütsel adalet uygulamaları bağlamında, insan kaynakları, yönetim ve pazarlama uygulamalarına yön verebileceği düşünülmektedir. Konu, insan kaynakları açısından incelendiğinde, işletmelere, adil uygulamalarıyla işgörenlerin performansını artırıp onları tatmin ederken aynı zamanda, işgörenleri işletmeleriyle ilgili olumlu haberler yayacak içsel pazarlama unsuru olarak konumlandırmaları önerilebilir. Bunun için, işletmelerin öncelikle işgörenlerin bu mübadele ilişkisinden beklentilerinin gerçekte ne olduğunu (örn., terfi, takdir görme, samimi bir ilişki) kavraması ve işgörenlerin fark edebilecekleri ölçüde aksiyon almaları gerekmektedir. Örneğin, işletmeler bir işgören sesi platformu kurarak

işgörenlerin memnuniyet ya da memnuniyetsizliklerini bu platform aracılığıyla dile getirebilmesini sağlayabilirler. Böylece işgörenler, iş yerleri dışında da çalıştıkları kurumu takdir eden, olumsuz durumlarda kurumu koruyan, bu gibi durumlarda geri bildirim vererek kurumun gelişimini sağlayan ve bu bakımdan kurumu daima savunan bir temsilciye dönüşecektir.

Yönetim açısından incelendiğinde, yöneticilerin örgütsel adaletle ilişkin kavramlar hakkında detaylı bilgi edinmelerini ve işgörenlerinin adaletle ilgili ne gibi beklentileri olduğunu anlamalarını sağlayacak şekilde eğitimler alması, adaletin tesis edilmesi sürecini kolaylaştırıcı bir unsur olarak önerilmektedir. Bu şekilde, yöneticilerin neyin adil muamelenin kapsamı içine girdiği konusunda (örn., işgörenine işle ilgili detaylı bilgi vermenin bir etkileşim adaleti kuralı olduğu) eğitim görmesinin ve farkındalıklarının artırılmasının adaletsiz uygulamaların önlenmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Örneğin, işletmelerin bir geri bildirim mekanizması oluşturup işgörenlerin isimsiz olarak yöneticinin kararlarına ilişkin geri bildirim vermesi sağlanabilir. Yöneticilere bu konuda sunulacak eğitim olanaklarının da büyük katkısı olacaktır.

Pazarlama açısından bir inceleme yapıldığında ise, işletmelerin, işgören beklentilerine ek olarak müşterilerinin de ürün ve hizmet kalitesi dışında mübadele ilişkisinden ne beklediklerini (örn., iş yerinde kadın erkek eşitliği) anlamaları ve bu beklentileri yerine getirmeleri gerekmektedir. Bu durum, müşterilerinin ahlaki beklentilerinin işletme içerisindeki sosyal ve ekonomik mübadeleleri dolaylı olarak şekillendirebildiğini göstermektedir. Dolayısıyla müşterilerin ahlaki beklentilerini karşılayacak olan adil uygulamalar, adaletin kaynağı olan işletmeler ve yöneticiler açısından tüketicilerin ilgisini çekmek için bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Örneğin, işletmelerin iş yeri kalitesini artırarak toplumsal bir hareket oluşturma çabasını ifade eden *harika iş yeri sertifikasına* (great place to work certificate) sahip olmaları, müşterilerin zihinlerinde o iş yerinde işgörenlerin değerli olduğuna, uygulanan prosedürlerde işgörenlerin haklarının korunduğuna yönelik düşünceler oluşturabilir. Böylelikle, işletmeler adil uygulamalarının dış çevrelerce bilinmesiyle aynı zamanda bir pazarlama başarısı elde edecektir. Ayrıca, müşterilerin iş yaşamında işgörenlerin maruz kaldıkları adil olmayan uygulamaları bir tepki geliştirecek kadar (örn., boykot etmek) umursadığı sonucuna varılmıştır. Öyleyse, işletmeler sosyo-politik bakış açılarını yansıtabilecekleri alternatiflere yönelebilirler. Örneğin, sosyal mecralarda sosyo-politik bakış açılarını gösteren içerikler üretebilir, bu konuda aylık bültenler hazırlayabilir ya da tüketicilerin toplumsal konulardaki direnişine destek olabilir. Böylelikle işletmeler, işgörenler ve müşteriler aralarındaki iş birliğini artırarak işletmelere adil olmaları konusunda aktif bir şekilde baskı yaparak adaletin tesis edilmesine yardımcı olabilirler.

Kısıtlar ve Gelecek Çalışmalara Öneriler

Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da birtakım kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle bu çalışma örgütsel adaleti işgören, yönetici ve müşteri bakışıyla

değerlendirmeye odaklanmıştır. Bu değerlendirme sonucunda örgütsel adalet yazınında genel olarak adaletin işgören, yönetici ya da müşteri bakış açısıyla bireysel düzeyde incelendiği görülmüştür (örn., Scott ve ark., 2009; Kworntnik ve Xiaoyun, 2011). Bu incelemede, bir başlangıç çalışması olarak, örgütsel adalet daha ziyade insan kaynakları, yönetim ve pazarlama alanlarını ilgilendirecek şekilde ele alınmış olsa da gelecek araştırmaların bu yaklaşımı genişletmesi faydalı olacaktır. Örneğin örgütsel adaletin toplumsal boyutunu da ele alabilmek için, gelecek araştırmalarda işletmenin tüm iç ve dış paydaşlarını içeren örgütsel adalet çalışmaları yürütmek katkı sağlayıcı olacaktır (Narasimhan ve ark., 2013). Ek olarak, bu çalışmada işletmelere genel olarak odaklanmış ve sektörel bir özelleştirme yapılmamıştır. Gelecek araştırmalarda, daha detaylı incelemeler yapabilmek adına işletmelerin faaliyet gösterdiği alanlar da dikkate alınabilir ve farklı sektörlerde farklı örgütsel adalet uygulamaları ve etkileri tartışılabilir. Son olarak, bu araştırmada örgütsel adaletin işgören, yönetici ve müşteri etkileşiminin bir sonucu olarak ortaya çıktığı fikrine kuramsal dayanaklar bulunmuştur. Gelecek çalışmalarda, işgören, yönetici ve müşteri etkileşiminin ampirik olarak test edilebileceği bir çalışmanın yürütülmesi ilgili yazına katkı sağlayacaktır.

Extended Abstract

Introduction

Organizational justice refers to employees' evaluations regarding the justice of the distribution of organizational resources as a result of their exchange relationship with their organizations or managers (Cropanzano et al., 2007). In studies on organizational justice, in general, the social exchange relationship between the parties in organizational justice has been examined from the perspective of the employees (e.g., Erkus et al., 2011; Tokgoz, 2011) and the other sides of the exchange have mostly been neglected (Scott et al., 2007). At the same time, the other parties affected by this exchange, or in other words, the issue that fair or unjust practices in businesses can be reflected outside the business have generally been ignored in the organizational justice literature (Narasimhan et al., 2013). However, social exchange theory (Blau, 1964), which is one of the theoretical foundations of organizational justice, emphasizes that employees, managers, customers, and even unions or suppliers can be parties of a social exchange relationship. In the studies conducted in the related literature, it has been stated that to understand organizational justice, it is necessary to consider the source of fair or unfair behavior (manager), the target of the behavior (employee), and the observer of the behavior (customer) (Ambrose and Schminke, 2009; Colquitt and Greenberg, 2003; Patient and Skarlicki, 2010; Scott et al., 2007). As a result, it may be claimed that the idea of organizational justice requires a wider viewpoint than only looking at the employee-manager and employee-organization parties from the employee's point of view, as

is prevalent in the literature (Scott et al., 2007). Because the information acquired in the organizational justice literature to date reveals that justice is established through the interaction of the parties involved, rather than from the standpoint of one party (Colquitt et al., 2005; Li and Cropanzano, 2009). Based on those, it is aimed to present a literature review that expands the concept of organizational justice, which is examined as employee-centered mostly, to include manager and customer perspectives, based on the fact that the organizational justice literature focused on the employee and overlooked the other sides of the exchange in this study.

Method

A literature review is presented in this study to broaden the concept of organizational justice to include the viewpoints of managers and customers. The study began with the development of the concept of justice and the process of its growth up to the business discipline, as well as the definition and scope of organizational justice. Then, organizational justice was investigated from the perspectives of employees, managers, and customers to see whether the parties' interactions have a role in justice.

Literature Review

Employees are a party to deal with the practices linked to justice inside the company. Because the distribution of organizational choices (e.g., the decision on whom to promote), the technique used in executing the distribution decisions, or the manner these decisions are conveyed to the employee results in economic and/or social advantages or losses (e.g., courtesy, sharing detailed information) (Adams, 1965; Lind & Tyler, 1988; Thibaut & Walker, 1975; Tyler & Lind, 1992). In the context of social exchange theory (Blau, 1964), employees fulfill their duties in exchange by offering positive or negative reactions after evaluating justice (Adams, 1965). Employees will increase performance (Swalhi et al., 2017), extra-role behavior (Moorman, 1991; Niehoff & Moorman, 1993), organizational citizenship behavior (Konovsky & Organ, 1996; Moorman, 1991), job satisfaction (Martin & Bennett, 1996), trust in the manager (Yurur & Nart, 2016), trust in the organization (İscan & Sayın, 2010) and organizational commitment (Lavelle et al., 2009) if their evaluations regarding the distribution of resources are positive. On the other hand, if the employee's evaluations of the distribution of organizational resources are negative, they will react negatively to the party with whom they are in an exchange relationship, such as theft (Greenberg, 1990), retaliation (Skarlicki & Folger, 1997), and counterproductive work behaviors (Fox et al., 2001). It is clear that the majority of research in the organizational justice literature concentrates on the perceived organizational justice of employees (Qin et al., 2018; Scott et al., 2014). However, organizational justice emerges as a result of the interaction between two parties (Beugre, 1998). Therefore, to assure or avoid injustice, the behavior of managers regarding justice should be examined and the background of distribution decisions should be discovered

(Scott et al., 2014). Organizational justice, which represents a subjective appraisal from the employee's perspective, refers to the manager's compliance with the rules of justice (justice rule adherence; Scot et al., 2009) or application of the rules of justice (justice enactment; Graso et al., 2020). Just as for the employee, the rules of justice that must be followed or applied for the manager consist of four dimensions: distributive justice (Adams, 1964), procedural justice (Leventhal, 1980), informational and interpersonal justice (Greenberg, 1993). As a result, although distributive justice represents how managers allocate organizational resources (Adams, 1965), procedural justice expresses how procedural justice norms apply in resource distribution (Leventhal, 1980). Interactional justice, on the other hand, is concerned with how the management implements communication-related criteria (Bies & Moag, 1986). According to Scott et al. (2014), managers' jurisdiction over interactional justice is bigger than the other two forms of justice since it indicates how to treat the employee directly, and interactional justice is followed by procedural justice and distributive justice, respectively. In this scenario, the manager's power in terms of distributive justice is constrained by the need to rely on organizational policies in resource distribution. When looking at organizational justice from the standpoint of consumers, two aspects of the justice they demand from companies stand out: the fairness of the product or service process they buy (Maxham and Netemayer; 2002) and the fairness of the brand image and procedures inside the firm (Varghese and Kumar 2020). Customers' interest in organizational justice as a result of the product or service they purchased is mostly based on how they see the changes given to compensate for the customer's unsatisfactory service failures (e.g., rude behavior, broken equipment, flight delays, etc.) (Blodgett et al., 1997; Maxham & Netemayer, 2002; Smith et al., 1999). Customers suffer financial and societal damages if the services they get fail (Smith et al., 1999). In the context of social exchange theory (Blau, 1964), when a customer interacts with a company or brand and does not receive decent service in exchange for their contribution, they feel unfair since the input and output are not equal (Adams, 1965, Huseman et al., 1987). According to social exchange theory (Blau, 1964), whether compensation for service failure is fair or not determines how customers will behave in the future (McColl-Kenedy & Sparks, 2003). When it comes to the expectations of the customers regarding the brand image and fairness of the processes within the business, this effect is visible through the spread of social media. The customers can actively intervene in the services offered to them by the businesses (Cavdar-Aksoy et al., 2021) and they do not only demand fair practices for the service and product quality of the businesses. In addition, it is seen that businesses evaluate according to whether they fulfill their responsibilities to society regarding justice (Ordabayeva et al., 2022; Öztürk & Nart, 2020). According to Kelley (1899), consumption is a form of civic participation. Based on that view, individuals support businesses by purchasing products or services that are compatible with their values, just as they vote in

elections for the party that they believe is compatible with their political views.

Conclusion

A literature review is offered in this research with the goal of broadening the phenomenon of organizational justice, which is mostly focused on the employee viewpoint (Scott et al., 2009; Scott et al., 2014), by evaluating it from the perspectives of the managers and the customers. Thus, theoretical contributions from a variety of business disciplines are presented by evaluating the concept of organizational justice from the perspectives of employees, managers, and customers, examining the effects of fair practices as parties to justice and how they are affected by such practices. Although the employees are seen as the most affected party by the practices related to justice in the literature, the view that justice does not consist of employee perceptions (Gilliand et al., 2014; Scott et al., 2009; Scott et al., 2014) is confirmed and emphasized. In other words, organizational justice (or injustice), which is a part of social justice, is the approach that can emerge from interactions between employees, managers, and customers (Ambrose & Schminke, 2009; Colquitt & Greenberg, 2003; Patient & Skarlicki, 2010; Scott et al., 2007).

Kaynakça

1. Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, 267-299.
2. Akgündüz, Y. ve Güzel, T. (2014). Örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide örgütsel güvenin aracılık etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3), 1-17.
3. Ambrose, M. L. ve Schminke, M. (2009). Assessing roadblocks to justice: A model of fair behavior in organizations. J. J. Martocchio ve H. Liao, (Ed.), *Research in Personnel and Human Resources Management* (s. 219-263). UK: Emerald Group Publishing Limited.
4. Aristoteles, (1953). *Nicomachean Ethics*. (J. A. K. Thompson, Çev.). UK: George Allen & Unwin.
5. Arvey, R. D. ve Renz, G. L. (1992). Fairness in the selection of employees. *Journal of Business Ethics*, 11(5), 331-340.
6. Austin, W. ve Walster, E. (1974). Reactions to confirmations and disconfirmation of expectancies of equity and inequity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(2), 208-216.
7. Aydın, İ. (2020). Hizmet Telafisi. F. Apaydın (Ed.), *Müşteri Şikayet Yönetimi* (s 209- 228). TR: Nobel Yayınevi.
8. Balaban, S. ve Yücel, S. (2019). Tüketici boykotu ve tüketicilerin boykot katılımlarını etkileyen faktörler. *Izmir Democracy University Social Sciences Journal*, 2(2), 191-212.
9. Bergseth, K. ve Bouffard, J. (2007). The long-term impact of restorative justice programming for juvenile offenders. *Journal of Criminal Justice*, 35(4), 433-451.
10. Bies, R. J. ve Moag, J. S. (1986). Interactional justice: Communication criteria of fairness. *Research on Negotiations in Organizations*, 1, 43-55.

11. Blau, P. M. (1964). Justice in social exchange. *Sociological Inquiry*, 34(2), 193-206.
12. Bernerth, J. B., Whitman, D. S., Walker, H. J., Mitchell, D. T. ve Taylor, S. G. (2016). Actors have feelings too: An examination of justice climate effects on the psychological well-being of organizational authority figures. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 89(4), 693-710.
13. Bolter, J. D. (2016). Posthumanism, K. B. Jensen, R. T. Craig, J. D. Pooley, E. W. Rothenbuhler, (Eds.), *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (s. 1-8). USA: John Wiley & Sons, Inc.
14. Bond, M. H., Leung, K. ve Wan, K. C. (1982). How does cultural collectivism operate? the impact of task and maintenance contributions on reward distribution. *Journal of Crosscultural Psychology*, 13, 186-200.
15. Bono, J. E., Glomb, T. M., Shen, W., Kim, E. ve Koch, A. J. (2013). Building positive resources: Effects of positive events and positive reflection on work stress and health. *Academy of Management Journal*, 56(6), 1601-1627.
16. Braithwaite, J. (2000). Shame and criminal justice. *Canadian Journal of Criminology*, 42(2), 281-298.
17. Carlsmith, K. M. ve Darley, J. M. (2008). Psychological aspects of retributive justice. *Advances in Experimental Social Psychology*, 40, 193-236.
18. Carlsmith, K. M., Darley, J. M. ve Robinson, P. H. (2002). Why do we punish? Deterrence and just deserts as motives for punishment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(2), 284-299.
19. Cavdar-Aksoy, N., Tümer-Kabadayı, E., Koçak-Alan, A. ve Ermehan, C. (2021). Müşteriyi anlamada güncel bir yaklaşım: Müşteri ilgini üzerine bir literatür taraması. *Business and Economics Research Journal*, 12(1), 197-217.
20. Clark, M., Adjei, M.T. ve Yancey D.N. (2009). The impact of service fairness perceptions on relationship quality. *Service Marketing Quarterly*, 30(3), 287-302.
21. Colquitt, J. A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 386-400.
22. Cropanzano, R., Bowen, D. E. ve Gilliland, S. W. (2007). The management of organizational justice. *Academy of Management Perspectives*, 21(4), 34-48.
23. Cropanzano, R., Goldman B. M. ve Folger, R. (2003). Deontic justice: The role of moral principles in workplace fairness. *Journal of Organizational Behavior*, 24(8), 1019-1024.
24. Cropanzano, R. ve Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
25. Cropanzano, R., Prehar, C. A. ve Chen, P. Y. (2002). Using social exchange theory to distinguish procedural from interactional justice. *Group & Organization Management*, 27(3), 324-351.
26. Çeçen, A. (1975). Hukukta norm ve adalet. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 32(1), 71-115.
27. Çeken, H. (2012). Etik liderlik ve örgütsel adaletin örgütsel sapma davranışları üzerindeki etkisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 18-39.
28. Davidow, M. (2003). Organizational responses to customer complaints: What works and what doesn't. *Journal of Service Research*, 5(3), 225-250.
29. Deconinck, J., Johnson, J. ve Busbin, J. (2012). The effect of organizational justice on salespersons' perceived ethical climate, organizational commitment and turnover intentions. *GSTF Journal on Business Review*, 2(2), 57-64.
30. Deutsch, M. (1975). Equity, equality, and need: What determines which value will be used as the basis of distributive justice?. *Journal of Social Issues*, 31(3), 137-149.
31. Derbil, S. (1947). Kural bilimi olarak hukuk. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2(3), 309-321.
32. Digman, J. M. (1989). Five robust trait dimensions: Development, stability, and utility. *Journal of Personality*, 57(2), 195-214.
33. Ding, M. C. ve Lii, Y. S. (2016). Handling online service recovery: Effects of perceived justice on online games. *Telematics and Informatics*, 33(4), 881-895.
34. Durocher, E., Gibson, B. E. ve Rappolt, S. (2014). Occupational justice: A conceptual review. *Journal of Occupational Science*, 21(4), 418-430.
35. Folger, R. (2001). Fairness as Deonance. S. Gilliland, D. Steiner ve D. Skarlicki (Eds.), *Theoretical and Cultural Perspectives on Organizational Justice* (s. 3-33). UK: Information Age Publishing.
36. García-Guiu, C., Moler, F. ve Moriano, J. A. (2015). Authentic leadership and its influence on group cohesion and organizational identification: The role of organizational justice as a mediating variable. *Revista de Psicología Social*, 30(1), 60-88.
37. Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161-178.
38. Graso, M., Camps, J., Strah, N. ve Brebels, L. (2020). Organizational justice enactment: An agent-focused review and path forward. *Journal of Vocational Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.03.007>
39. Greenberg, J. (1987). A taxonomy of organizational justice theories. *Academy of Management Review*, 12(1), 9-22.
40. Greenberg, J. (1990). Employee theft as a reaction to underpayment inequity: The hidden cost of paycuts. *Journal of Applied Psychology*, 75(5), 561-568.
41. Greenberg, J. (1993). The social side of fairness: Interpersonal and informational classes of organizational justice. R. Cropanzano, (Ed.), *Justice in the workplace: Approaching Fairness in Human Resource Management* (s. 79-103). USA: Lawrence Erlbaum Associates.
42. Gumz, E. J. ve Grant, C. L. (2009). Restorative justice: A systematic review of the social work literature. *Families in Society*, 90(1), 119-126.
43. Hoffman, K. D., Bateson, J. E., Elliott, G. ve Birch, D. (2006). *Services Marketing: Concepts, Strategies and Cases*. USA: Thomson South-Western.
44. Holmvall, C. M., Stevens, S. ve Chestnut, N. (2019). The impact of subordinate disrespect on leader justice. *Personnel Review*, 48(1), 2-20.

45. Homans, G. C. (1961). *Social Behavior: Its Elementary*. USA: Harcourt, Brace, and World.
46. Huang, J. L., Cropanzano, R., Li, A., Shao, P., Zhang, X. ve Li, Y. (2017). Employee conscientiousness, agreeableness, and supervisor justice rule compliance: A three-study investigation. *Journal of Applied Psychology*, 102(11), 1564-1589.
47. Hume, D. (1739). *A Treatise of Human Nature*. UK: John Noon.
48. Huseman, R. C., Hatfield, J. D. ve Miles, E. W. (1985). Test for individual perceptions of job equity: Some preliminary findings. *Perceptual and Motor Skills*, 61(3), 1055-1064.
49. İşcan, Ö. F. ve Sayın, U. (2010). Örgütsel adalet, iş tatmini ve örgütsel güven arasındaki ilişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), 195-216.
50. James, K. (1993). The social context of organizational justice: Cultural, intergroup, and structural effects on justice behaviors and perceptions. R. Cropanzano, (Ed.), *Justice in The Work Place: Approaching Fairness in Human Resource Management* (s. 21-50). USA: Erlbaum.
51. Jasso, G., Törnblom, K. Y., Sabbagh, C. (2016). Distributive justice. C. Sabbagh ve M. Schmitt, (Eds.), *Handbook of Social Justice Theory and Research* (s. 201-218). USA: Springer.
52. Johnson, R. E., Lanaj, K. ve Barnes, C. M. (2014). The good and bad of being fair: Effects of procedural and interpersonal justice behaviors on regulatory resources. *Journal of Applied Psychology*, 99(4), 635-650.
53. Johnston, D. (2011). *A Brief History of Justice*. UK: John Wiley & Sons.
54. Kant, I. (1949). *The Philosophy of Kant: Immanuel Kant's Moral and Political Writings*. USA: Henry Holt & Company.
55. Kau, A. K. ve Loh, E. W. Y. (2006). The effects of service recovery on consumer satisfaction: A comparison between complainants and non-complainants. *Journal of Services Marketing*, 20(2), 101-111.
56. Kapukaya, Z. (2018). İlyada destanı'nda adalet (Kazdağı). *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 19(41), 103-116.
57. Kelley, F. (1899). Aims and principles of the consumers' league. *American Journal of Sociology*, 5(3), 289-304.
58. Keynes, M. (1975). *Essays on John Maynard Keynes*. UK: Cambridge University Press.
59. Kılınc, B. (2013). Kendi Kendini Açıklayan Bir Kavram: Adalet. M. Balci, (Ed.), *Genç hukukçular hukuk okumaları, Birlikler IV* (s. 29-49). TR: Hukuk Vakfı Yayını.
60. Koopman, J., Matta, F. K., Scott, B. A. ve Conlon, D. E. (2015). Ingratiation and popularity as antecedents of justice: A social exchange and social capital perspective. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 131, 132-148.
61. Kwortnik, R. ve Xiaoyun, H. (2011). The influence of guest perceptions of service fairness on lodging loyalty in China. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(3), 321-332.
62. Laxminarayan, M., Bosmans, M., Porter, R. ve Sosa, L. (2013). Victim satisfaction with criminal justice: A systematic review. *Victims & Offenders*, 8(2), 119-147.
63. Lee, C., Pillutla, M. ve Law, K. S. (2000). Power-distance, gender and organizational justice. *Journal of Management*, 26(4), 685-704.
64. Leventhal, G. S. (Eds.). (1980). *What Should Be Done with Equity Theory?*. Boston: Springer, 27-55.
65. Li, A. ve Cropanzano, R. (2009). Fairness at the group level: Justice climate and intraunit justice climate. *Journal of Management*, 35(3), 564-599.
66. Mahoney, T. A. (1975). Justice and equity: A recurring theme in compensation. *Personnel*, 52(5), 60-66.
67. Mattila, A. S. ve Patterson, P. G. (2004). Service recovery and fairness perceptions in collectivist and individualist contexts. *Journal of Service Research*, 6(4), 336-346.
68. Maxham, III, J. G. ve Netemayer, R. G. (2002). Modeling customer perceptions of complaint handling over time: The effects of perceived justice on satisfaction and intent. *Journal of Retailing*, 78, 239-252.
69. McColl-Kennedy, J. R. ve Sparks, B. A. (2003). Application of fairness theory to service failures and service recovery. *Journal of Service Research*, 5(3), 251-266.
70. Mohan, V. B., Lau, K. T., Hui, D. ve Bhattacharyya, D. (2018). Graphene-based materials and their composites: A review on production, applications and product limitations. *Composites Part B: Engineering*, 142, 200-220.
71. Moorman, R. H. (1991). Relationship between organizational fairness and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship?. *Journal of Applied Psychology*, 76(6), 845-855.
72. Mukherjee, S. ve Althuizen, N. (2020). Brand activism: Does courting controversy help or hurt a brand?. *International Journal of Research in Marketing*, 37(4), 772- 788.
73. Narasimhan, R., Narayanan, S. ve Srinivasan, R. (2013). An investigation of justice in supply chain relationships and their performance impact. *Journal of Operations Management*, 31(5), 236-247.
74. Niehoff, B. P. ve Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 36(3), 527-556.
75. Ordabayeva, N., Lisjak, M. ve Jones, A.C. (2022). How social perceptions influence consumption for self, for others, and within the broader system. *Current Opinion in Psychology*, 43, 30-35.
76. Öktem, Ü. (2017). David Hume ve Immanuel Kant'ın kesin bilgi anlayışı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 44(2), 29-55.
77. Öztürk, A. ve Nart, S. (2021). Tüketici boykot davranışının belirleyicileri üzerine bir araştırma: Ağızdan ağıza iletişimin aracılık rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(78), 660-687.
78. Patient, D. L. ve Skarlicki, D. P. (2010). Increasing interpersonal and informational justice when communicating negative news: The role of the manager's empathic concern and moral development. *Journal of Management*, 36(2), 555-578.
79. Platon, (1945). *Devlet*. (E. Alagöz, Çev.). TR: Panama Yayınları.
80. Polatçı, S. ve Özçalık, F. (2015). Çalışanların örgütsel adalet algıları ile üretkenlik karşıtı iş davranışları etkileşiminde pozitif ve negatif duygusallığın aracılık etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 215-234.

81. Przęczek, C., Rosiński, J. ve Manko, B. A. (2020). Research review in organizational justice. *Journal for Perspectives of Economic, Political and Social Integration*, 19(1-2), 49-68.
82. Qin, X., Ren, R., Zhang, Z. X. ve Johnson, R. E. (2018). Considering self-interests and symbolism together: How instrumental and value-expressive motives interact to influence supervisors' justice behavior. *Personnel Psychology*, 71(2), 225-253.
83. Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice*. UK: Oxford University Press.
84. Savaş, Y. ve Şahin, S. Ç. (2021). Income inequality and crisis theories. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(3), 873-899.
85. Saunders, M. N. (2006). Book Review: J. Greenberg and J.A. Colquitt (Eds.): *Handbook of Organizational Justice*. *Organization Studies*, 27(12), 1911-1914.
86. Schuh, S. C., Zheng, M. X., Xin, K. R. ve Fernandez, J. A. (2019). The interpersonal benefits of leader mindfulness: A serial mediation model linking leader mindfulness, leader procedural justice enactment, and employee exhaustion and performance. *Journal of Business Ethics*, 156(4), 1007-1025.
87. Scott, B. A. ve Colquitt, J. A. (2007). Are organizational justice effects bounded by individual differences? An examination of equity sensitivity, exchange ideology, and the big five. *Group & Organization Management*, 32(3), 290-325.
88. Scott, B. A., Colquitt, J. A. ve Paddock, E. L. (2009). An actor-focused model of justice rule adherence and violation: The role of managerial motives and discretion, *Journal of Applied Psychology*, 94(3), 756-769.
89. Scott, B. A., Garza, A. S., Conlon, D. E. ve Kim, Y. J. (2014). Why do managers act fairly in the first place? A daily investigation of "hot" and "cold" motives and discretion, *Academy of Management Journal*, 57(6), 1571-1591.
90. Scott, B. A., Colquitt, J. A. ve Zapata-Phelan C. P. (2007). Justice as a dependent variable: Subordinate Charisma as a Predictor of Interpersonal and Informational Justice Perceptions. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1597-1609.
91. Shi, J., Lin, H., Wang, L. ve Wang, M. (2009). Linking the big five personality constructs to organizational justice. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 37(2), 209-222.
92. Smith, A. K., Bolton, R. N. ve Wagner, J. (1999). A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of Marketing Research*, 36(3), 356-372.
93. Tekin, G. ve Kaya, Ş. D. (2021). Hemşirelerin örgütsel adalet algısının, intikam ve affetme davranışı ile ilişkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 107-130.
94. Thibaut, J. ve Walker, L. (1975). *Procedural Justice: A Psychological Analysis*. USA: Lawrence Erlbaum Associates.
95. Tyler, T. R. ve Lind, E. A. (1992). A relational model of authority in groups. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 115-191.
96. Usta, I., Karalar, S. ve Demiralay, T. (2019). Örgütsel adalet algısı ve örgütlerde intikam niyeti arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 209-231.
97. Ürkmez, D. (2020). Dijital aktivizm olarak sosyal medyada boykot çağrıları: Watsons krizi örneği. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 106-125.
98. Varghese, N. ve Kumar, N. (2020). Feminism in advertising: Irony or revolution? A critical review of femvertising. *Feminist Media Studies*. <https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1825510>
99. Walster, E., Walster, G. W. ve Traupmann, J. (1978). Equity and Premarital Sex. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36(1), 82-92.
100. Walton, R. W. ve McKersie, R. B. (1965). *A Behavioral Theory of Labor Negotiations*. USA: McGraw-Hill.
101. Wilcock, A. ve Townsend, E. (2009). Occupational justice. E. B. Crepeau, E. S. Cohn ve B. A. B. Schell, (Eds.), *Willard and Spackman's Occupational Therapy* (s. 192-199). USA: Lippincott Williams & Wilkins.
102. Whiteside, D. B. ve Barclay, L. J. (2018). When wanting to be fair is not enough: The effects of depletion and self-appraisal gaps on fair behavior. *Journal of Management*, 44(8), 3311-3335.
103. Xinlu, P. ve Vinitwatanakhun, W. (2021). A study of the relationship between teachers' perceptions towards principal's transformational leadership style and organizational justice at a junior high school, chongqing, China. *Scholar: Human Sciences*, 13(1), 379-392.
104. Yazıcı, N. ve Yürür, S. (2022). Yöneticiler kendileriyle uyumlu astlarına daha mı adil davranır?. *Journal of Organizational Behavior Review*, 4(2), 112-126.
105. Yazıcı, N. ve Yürür, S. (2019). Birey-örgüt uyumu ve örgütsel adalet: Uyum her zaman iyi midir?. *İzmir İktisat Dergisi*, 34(2), 213-224.
106. Yürür, S. (2008). Örgütsel adalet ile iş tatmini ve çalışanların bireysel özellikleri arasındaki ilişkilerin analizine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 295-312.
107. Yürür, S. (2015). Türkiye'de örgütsel adalet konusunda yapılan çalışmalara ilişkin bir derleme. R. Özen-Kutanis, (Ed.), *Türkiye'de Örgütsel Davranış Çalışmaları* (s. 1-50). TR: Gazi Kitabevi.
108. Yürür, S. (2018). Örgütsel adalet. A. Keser, G. Yılmaz ve S. Yürür, (Eds.), *Çalışma Yaşamında Davranış* (s. 243-274). TR: Umuttepe Yayınları.
109. Yürür, S. (2019). Sosyal mübadele kuramı. S. Yürür, (Ed.), *Örgütsel Davranış Kuramları* (s. 245-281). TR: Beta Yayınevi.
110. Yürür, S. ve Mengenci, C. (2014). Örgütsel adalet ve ekstra-rol davranışları ilişkisi. *Journal of Management and Economics Research*, 12(24), 1-17.
111. Zysberg, L. (2018). The people demand social justice: The social protest in Israel as an agoral gathering. *Journal for Perspectives of Economic Political and Social Integration*, 24(2), 31-45.
112. Zheng, M. X., Schuh, S. C., Dijke, M. ve De Cremer, D. (2020). Procedural justice enactment as an instrument of position protection: The three-way interaction between leader's power position stability, followers' warmth, and followers'

competence. *Journal of Organizational Behavior*, 42(6), 785-799.

113. Zehr, H. (1990). *Changing Lenses: A New Focus For Crime and Justice*. USA: Herald Press.



The Effect of Climate Change on Agricultural Value Added: A Panel Data Analysis on Meditterrenian Countries

Mehmet Sinan Temurlenk^{1-a*}, Sümeyye Şeyma Erdik^{2-b}

¹Atatürk Üniversitesi; İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Erzurum, Türkiye.

²Atatürk Üniversitesi; Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Doktora Öğrencisi, Erzurum, Türkiye.

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 09.01.2023

Accepted: 04.04.2023

ABSTRACT

Climate change, which has become a substantial problem throughout the world, has reached a threatening position for the economies of countries. Changes in climate change have the potential to affect factors such as agriculture, health, the environment, and the economy positively or negatively. Changes in climate cause changes in temperature and precipitation, resulting in extreme heat and excessive precipitation, and agricultural production can be significantly affected. In this case, agricultural value added decreases, causing a negative impact on economic growth. Climate change can affect economic growth indirectly, not directly. While some countries are less affected by this situation by adapting more easily to climate change depending on their geography and level of development, others have difficulty adapting to climate change and may be more adversely affected by it. The study aims to analyze the impact of climate change on agricultural value added, considering the development levels and regional differences of 16 Mediterranean countries. In the study, in which the panel data analysis method was used, annual data between 1990 and 2019 were used. According to the results of the analysis, the effect of temperature on agricultural value added is more negative in the countries of the Northwest Mediterranean and Northeast Mediterranean region compared to the Southwest Mediterranean countries in the context of regional differences, while it has a more positive effect in the Southeast Mediterranean region countries. Compared to countries with medium human development index in terms of their level of development, the impact of temperature on agricultural value added is much higher in human development index economies, which are also less positive.

Keywords: Climate Change, Agricultural Value Added, Panel Data Analysis

JEL Codes: C23, E23, O13, Q54, Q56

İklim Değişikliğinin Tarımsal Katma Değer Üzerine Etkisi: Akdeniz Ülkeleri Üzerine Bir Panel Veri Analizi

Süreç

Geliş: 09.01.2023

Kabul: 04.04.2023

Öz

Dünya genelinde önemli bir sorun haline gelen iklim değişikliği, ülkelerin ekonomilerini tehdit eden konuma ulaşmıştır. İklim değişikliğinde meydana gelen değişimler tarım, sağlık, çevre ve ekonomi gibi faktörleri olumlu ya da olumsuz yönde etkileme potansiyeline sahiptir. İklimde meydana gelen değişim, sıcaklık ve yağışta değişikliğe neden olmakta ve bunun sonucu aşırı sıcaklık ve aşırı yağış durumları ortaya çıkmakta ve tarımsal üretim bundan önemli ölçüde etkilenmektedir. Bu durumda tarımsal katma değer azalarak ekonomik büyümenin olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. İklim değişikliği, ekonomik büyümeyi doğrudan değil dolaylı olarak etkileyebilir. Bazı ülkeler sahip oldukları coğrafya ve gelişmişlik düzeyine bağlı olarak iklim değişikliğine daha kolay uyum sağlayarak bu durumdan daha az etkilenirken, bazıları ise iklim değişikliğine uyum sağlamakta zorlanmakta ve ondan daha olumsuz etkilenmektedir. Bu çalışmanın amacı, iklim değişikliğinin tarımsal katma değer üzerindeki etkisini 16 Akdeniz ülkesinin gelişmişlik düzeyleri ve bölgesel farklılıklarını da dikkate alarak analiz etmektir. Panel veri analizi yönteminin kullanıldığı çalışmada 1990-2019 arası yıllık verileri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre bölgesel farklılık bağlamında Güneybatı Akdeniz ülkelerine kıyasla sıcaklığın tarımsal katma değer üzerindeki etkisi Kuzeybatı Akdeniz ve Kuzeydoğu Akdeniz bölgesi ülkelerinde daha olumsuz iken, Güneydoğu Akdeniz bölgesi ülkelerinde ise daha az olumsuz etkiye sahiptir. Gelişmişlik düzeyleri bağlamında orta insani gelişme endeksine sahip ülkelere göre sıcaklığın tarımsal katma değer üzerindeki etkisi çok yüksek insani gelişme endeksi ekonomiler de daha az ve olumlu yönde seyretmektedir.

License



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

Anahtar Kelimeler: İklim Değişikliği, Tarımsal Katma Değer, Panel Veri Analizi

JEL Kodları: C23, E23, O13, Q54, Q56

msinan@atauni.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-7910-0885>

erdikseyma2@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8212-8830>

How to Cite: Temurlenk Mehmet Sinan, Erdik Sümeyye Şeyma (2023) The Effect of Climate Change on Agricultural Value Added: A Panel Data Analysis on Meditterrenian Countries, *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 24 (2): 227-240.

Giriş

İklim değişikliği, iklimin ortalamadaki değişikliği ve özelliklerinin değişkenliği ile tanımlanabilen ve tipik olarak on yıllar veya daha uzun süre devam eden bir değişikliktir (Matthews ve ark. 2021, s.2222). Küresel ısınma sonucu ortaya çıkan iklim değişikliği ülkelerin tarımsal katma değerleri ve buna bağlı olarak ülke ekonomileri üzerinde önemli bir tehdit unsuru oluşturmaktadır. Bu yüzden konu son zamanlarda araştırmacılar tarafından yoğun olarak incelenmektedir. Yazında yapılan çalışmaların önemli bir kısmı iklim değişikliğinin gelir üzerine etkisini araştırmıştır. Bu konuda yapılan çalışmalara Nordhaus (1976); Mendelsohn ve Neumann (1999); Hurd ve ark. (1999); Frankhauser, Samuel ve Tol (2005); Dell, Jones ve Olken (2009); Dell, Jones ve Olken (2012) örnek olarak gösterilebilir. Diğer bazı çalışmalar ise ekonominin tarım, turizm ve ormancılık gibi alanları üzerine yoğunlaşmıştır. Tarımla ilgili yapılan çalışmalara örnek olarak Adams ve ark. (1988); Adams (1989); Paryy (1990); Easterling ve ark. (1993); Mount ve Li (1994); Adams ve ark. (1998); Molua ve Lambi (2007) verilebilir. Turizm alanında yapılan çalışmalara örnek olarak Abegg ve Froesch (1994); König ve Abegg (1997); König (1998); Harrison ve ark. (1999); Dereli ve ark. (2009); Rayamajhi (2012) gösterilebilir. Ormancılık ile ilgili çalışmalara örnek olarak Urban ve Shugart (1989); Joyce ve ark. (1995); Perez-Garcia ve ark. (1997); Iverson ve Prasad (1998); Shugart ve ark. (2003) verilebilir. Yazında ülkelerin bölgesel farklılıkları ve gelişmişlik düzeyleri bakımından etkilerinin incelenmesi ile ilgili çalışmalar sınırlı kalmaktadır. Bunlardan Winters ve ark. (1996), iklim değişikliğinin az gelişmiş ülkeler üzerindeki etkisini Afrika, Asya ve Latin Amerika'nın fakir tahıl ithalatçısı uluslarını temsil eden üç ekonomi için hesaplanabilir genel denge (CGE) çoklu pazar modellerini kullanarak analizi gerçekleştirmiştir. Sonuç olarak, iklim açısından tüm bu ülkelerin özellikle Afrika'nın ciddi bir şekilde etkileneceğini ve tarımsal üretimin bu ülkelerde düşeceği sonucuna varılmıştır. Mendelsohn ve ark. (2006), çalışmalarında iklim değişikliğinin dünyadaki zengin ve fakir ülkeler üzerindeki etkisini incelemiştir. Elde edilen sonuca göre yoksul ülkelerin zengin ülkelere göre iklim değişikliğinin zararlarından daha fazla etkileneceği ve bunun temel sebebinin yoksul ülkelerin buldukları konumdan kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Yine McGuigan, Reynolds ve Wiedmer (2002); Mendelsohn (2008) gelişmişlik düzeyinde iklim değişikliğinin etkisini inceleyen çalışmalardandır.

İklim değişikliğinin oluşan aşırı hava olaylarının meydana geliş sıklığını nasıl etkileyeceği ve belirli bölgelerin küçük bir sıcaklık artışında dahi ne derece etkileneceği noktasında genel bir endişe söz konusudur. Bazı ülkeler iklim değişikliğine karşı daha kolay bir şekilde uyum sağlayarak bundan daha az etkilenirken diğerleri uyum sağlamada zorluk çeker ve daha olumsuz etkilenebilirler. Hem sıcaklık artışının hem de yağış değişikliğinin bölgeden bölgeye değişim göstereceği ve farklı enlemlerde farklı şekilde etkide bulunacağı bilinmektedir. İfade edilen bu farklı sebeplerden ötürü gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere kıyasla iklim değişikliğinin sebep olduğu ekonomik etkilerden daha fazla zarar görmeleri ve oluşan yeni iklim

koşullarına uyum sağlamları daha az muhtemeldir (McGuigan ve ark. 2002, s.3). Etkilerin gerçekçi bir değerlendirmesini elde edebilmek için, her bir etkinin ayrı ayrı ve yeterli bir şekilde ele alınmasına ihtiyaç vardır (Roson ve Mensbrughe, 2010, s.2).

İklim değişikliği tüm dünyada insanların gıda üretimine, suya, sağlığa ve çevreye erişimi noktasında yaşamın temel unsurlarını da etkileyecektir. Dünya ısındıkça milyonlarca insan susuzluktan, açlıktan vb. durumlardan zarar görecekler (Stern, 2007, s.25). Asırlardır varlığını sürdürmekte olan insanoğlu ihtiyaç duyduğu gıda, barınak ve enerji üretimi gibi faktörleri iklim ve çevre koşullarıyla uyumlu bir şekilde gerçekleştirmek için kendisini bu duruma uyum sağlama gayreti içerisinde olmuştur. İklimde meydana gelen değişiklikler, dünyanın birçok yerinde ortalama sıcaklıkta oluşan değişikliğin yanı sıra yağışta oluşan değişikliği de kapsamaktadır (Türkeş, 2008, s.27). Bunların yanı sıra iklim değişikliğinin tarımsal faaliyetler üzerindeki etkisi de çeşitli açılardan görülebilmektedir. İklim değişikliği, bir yıl boyunca yağış ve sıcaklık dağılımını etkilemekte ve bu durum yetiştirilen mahsullerin verimini belirlemektedir (Thurlow ve ark. 2009). Bu noktada meydana gelen aşırı bir yağış ekilebilir arazilerin yok olmasına, ekilen ürünlerin zarar görmesine, yabancı otların büyümesine ve hasat yapıldıktan sonra kayıpların artmasına, mahsul veriminde düşümlere sebebiyet verirken, yağışta önemli bir azalma ise akarsu ve nehirlerdeki su seviyesinin azalmasına, daha kuru arazilerin oluşmasına neden olur. Bu durumda çiftçilerin sulama yapmak için su ve toprak arayışına girmeleri muhtemel olacaktır (Ozor, 2009, s.217).

Dünyanın iklimi değişmekte ve küresel iklimin bu yüzyıl ve sonrasında da değişmeye devam etmesi beklenmektedir. Önümüzdeki birkaç on yıl sonrasında iklim değişikliğinin büyüklüğü öncelikle küresel olarak yayılan sera gazlarının miktarına ve Dünya'nın ikliminin bu emisyonlara duyarlılığındaki belirsizliğine bağlı olacaktır. Küresel iklim, Dünya tarihi boyunca meydana gelen iklimdeki doğal değişimlerin hızıyla kıyaslandığında hızla değişmeye devam etmektedir (World Bank Climate Change Knowledge Portal).

Bu çalışma gerek farklı ülke grubu olarak gerekse bu ülke gruplarını hem gelişmişlik düzeyleri hem de bölgesel farklılıklar bağlamında iklim değişikliğinin tarımsal katma değer üzerindeki etkisini incelemektedir.

Çalışmanın giriş kısmından sonraki bölümleri şu şekilde oluşturulmuştur: İkinci bölümde veri kısmı mevcuttur. Burada modelde kullanılan değişkenler ve kaynakları, çalışmada yer verilen ülkeler ve bu ülkelere ait bazı tanımlayıcı istatistikler ve 16 Akdeniz ülkesine ait kişi başına GDP (2015 yılı fiyatlarıyla), sıcaklık ve yağış grafiği verilmiştir. Üçüncü bölümde ekonometrik yöntem ve metodoloji tanıtılmıştır. Bu bölümde iklimin tarımsal katma değer üzerindeki etkisini inceleyen modeller ana hatlarıyla belirtilmiş, değişkenlere ait durağanlık testleri ve model tahminlerine yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ise bu çalışma sonucunda iklim ve tarımsal katma değer arasındaki ilişki sonucu belirtilmiş ve gerekli öneriler sunulmuştur.

Veriler

Çalışmada 16 Akdeniz ülkesinin 1990-2019 yıllarına ait verileri dikkate alınarak dengeli panel veri analizi yardımıyla iklimin tarımsal katma değer üzerindeki etkisi araştırılmıştır. İklim değişikliğinin, tarımsal katma değer üzerinde ne gibi bir etkiye sahip olduğu ülke gruplarının hem gelişmişlik hem de bölgesel farklılığı dikkate alınarak incelenmiştir. Gelişmişlik düzeyleri, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ayrımı dikkate alınarak orta düzey insani gelişme ve çok yüksek düzey insani gelişme olarak iki gruba ayrılmıştır. Bunun yanı sıra ülkeler bölgesel farklılık bağlamında

Kuzeybatı Akdeniz, Kuzeydoğu Akdeniz, Güneybatı Akdeniz ve Güneydoğu Akdeniz bölgeleri olarak dört gruba ayrılmıştır. Ülkeler, ülkelerin gelişmişlik ve bölgesel farklılıkları Çizelge 1'e göre oluşturulmuştur.

Modellerde kullanılan değişkenler; tarımsal katma değer, kırsal nüfus, ekilebilir arazi, ortalama sıcaklık ve insani gelişmişlik endeksi değişkenleridir. Bu değişkenlerin yanı sıra ülkelere ait gelişmişlik düzeylerini ve bölgesel farklılıklarını temsil eden kukla değişkenler kullanılmıştır.

Modellerde kullanılan değişkenler, değişkenlerin türü, açıklaması ve hangi kaynaklardan elde edildikleri Çizelge 2'de verilmiştir.

Çizelge 1. Gelişmişlik Düzeyine Ve Bölgesel Farklılıklarına Göre Ülke Grupları

Table 1. Country Groups According to their Level of Development and Regional Differences

Gelişmişlik düzeylerine Göre Ülke Grupları	Orta insani gelişme endeksi (0.550-0.699)		Çok yüksek insani gelişme endeksi (0.800-1.000)	
	Kuzeybatı Akdeniz Bölgesi	Kuzeydoğu Akdeniz Bölgesi	Güneybatı Akdeniz Bölgesi	Güneydoğu Akdeniz Bölgesi
	Cezayir Libya Mısır Tunus Suriye Fas		Fransa İtalya Kıbrıs Malta İspanya Portekiz Türkiye İsrail Yunanistan Lübnan	
Bölgesel Farklılıklarına Göre Ülke Grupları	Fransa İtalya Portekiz İspanya	Türkiye Yunanistan	Cezayir Fas Tunus	Kıbrıs Libya Lübnan Malta Mısır İsrail Suriye

Not: Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine ait değerler Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), 2018 den alınmıştır.

Çizelge 2. Modellerde Kullanılan Değişkenler ve Kaynakları

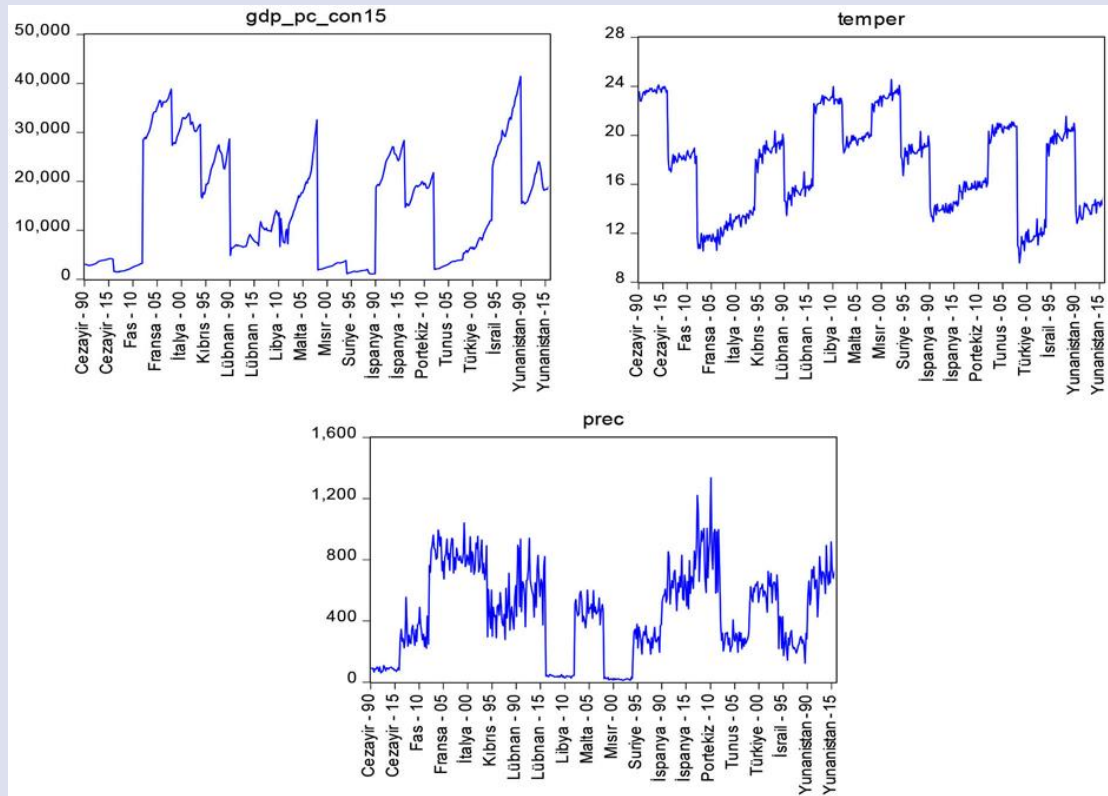
Table 2. Variables Used in Models and their Sources

Değişken	Değişken Türleri	Açıklama	Kaynak
VADEDDED_AGR	Bağımlı Değişken	Ülkelere ait tarımsal katma değer (2015 yılı fiyatlarıyla)	FAOSTAT
RURAL_POP	Bağımsız Değişken	Ülkelere ait kırsal nüfus	World Bank
TEMPER	Bağımsız Değişken	Ülkelere ait ortalama sıcaklık (°C olarak)	World Bank Climate Change Knowledge Portal
ARABLAND_HEK	Bağımsız Değişken	Ülkelere ait ekilebilir arazi (hektar başına)	World Bank
HDI	Bağımsız Değişken	Ülkelere ait insani gelişme endeksi	UNDP, Human Development Report 2020
K1	Gelişmişlik kuklası 1	Orta düzey = 1	UNDP, Human Development Report 2020
K2	Gelişmişlik kuklası 2	Çok yüksek düzey = 1	UNDP, Human Development Report 2020
D1	Bölgesel farklılık kuklası 1	Güneybatı Akdeniz =1	
D2	Bölgesel farklılık kuklası 2	Kuzeybatı Akdeniz =1	
D3	Bölgesel farklılık kuklası 3	Güneydoğu Akdeniz =1	
D4	Bölgesel farklılık kuklası 3	Kuzeydoğu Akdeniz=1	

Çizelge 3. Ülkelere Göre Bazı Tanımlayıcı İstatistikler**Table 3. Some Descriptive Statistics by Country**

Kuzeybatı Akdeniz Bölgesi Ülkeleri					
Fransa	VADDED_AGR	RURAL_POP	TEMPER	PREC	ARABLAND_HEK
ortalama	10,4	14.323.103,0	11,6	840,9	18.240,7
Std. sapma	0,1	630.119,5	0,5	84,9	176,6
En büyük	10,6	15.108.674,0	19,0	994,7	18.478,7
En küçük	10,2	12.972.990,0	17,0	674,4	17.784,8
İtalya					
ortalama	10,5	18.622.833,0	13,2	812,1	7.707,9
Std. sapma	0,1	313239,9	0,5	85,7	790,9
En büyük	10,6	18.897.182,0	12,2	1.040,3	9.012,0
En küçük	10,3	17.479.188,0	14,1	669,7	6.601,0
İspanya					
ortalama	10,2	9.680.632,0	14,0	624,5	13.222,7
Std.sapma	0,2	254300,9	0,4	105,0	1.077,5
En büyük	10,5	10.120.932,0	14,6	852,6	15.335,0
En küçük	9,9	9.160.656,0	13	468,3	11.812,3
Portekiz					
ortalama	8,3	4.417.147,0	15,8	852,8	1.521,9
Std.sapma	0,0	495419,5	0,41	193,0	472,2
En büyük	8,4	5.199.759,0	16,5	1.335,8	2.3344,0
En küçük	8,2	3.521.605,0	14,8	581,7	933,6
Kuzeydoğu Akdeniz Bölgesi Ülkeleri					
Türkiye	VADDED_AGR	RURAL_POP	TEMPER	PREC	ARABLAND_HEK
ortalama	10,7	21.569.183,0	11,6	601,7	22.662,1
Std. sapma	0,2	659269,8	0,7	64,0	1.849,2
En büyük	11,1	22.297.861,0	13,2	723,8	24.705,0
En küçük	10,5	20.331.795,0	9,6	456,7	19.580,0
Yunanistan					
ortalama	9,0	2.724.844,0	14,0	683,4	2.593,4
Std. sapma	0,1	249833,5	0,6	105,9	248,5
En büyük	9,1	2.950.498,0	15,0	917,1	2.131,9
En küçük	8,8	2.209.932,0	12,8	427,2	2.899,0
Güneybatı Akdeniz Bölgesi Ülkeleri					
Cezayir	VADDED_AGR	RURAL_POP	TEMPER	PREC	ARABLAND_HEK
ortalama	9,2	12.069.414,0	23,6	85,2	7.499,4
Std. sapma	0,5	427078,7	0,3	11,8	112,6
En büyük	9,9	12.654.289,0	24,1	107,6	7.673,0
En küçük	8,5	11.542.954,0	22,8	60,8	7.081,0
Fas					
ortalama	9,0	13.399.579,0	18,1	316,0	8.359,7
Std. sapma	0,3	277618,5	0,5	78,6	562,8
En büyük	9,6	13.659.048,0	19,0	554,9	9.124,0
En küçük	8,4	12.802.883,0	17,0	221,9	6.899,0
Tunus					
ortalama	8,0	3.536.319,0	20,5	281,1	2.782,6
Std.sapma	0,2	33809,7	0,4	50,5	118,2
En büyük	8,4	3.595.659,0	21,1	407,4	2.987,0
En küçük	7,6	3.466.305,0	19,3	195,1	2.564,0
Güneydoğu Akdeniz Bölgesi Ülkeleri					
Kıbrıs	VADDED_AGR	RURAL_POP	TEMPER	PREC	ARABLAND_HEK
ortalama	6,0	325.396,0	18,8	457,0	98,3
Std. sapma	0,2	47893,0	0,7	112,3	11,4
En büyük	6,5	397.867,0	20,4	711,1	123,0
En küçük	5,9	254.700,0	16,9	278,4	79,7
Libya					
ortalama	7,3	1.276.810,0	22,8	38,3	1.785,9
Std. sapma	0,2	84867,1	0,4	5,7	80,0

En büyük	7,8	1.360.264,0	24,0	49,3	2.028,0
En küçük	7,1	1.077.089,0	21,8	26,4	1.716,0
Lübnan					
ortalama	7,3	616.713,0	15,4	648,1	146,4
Std.sapma	0,3	100290.1	0,7	159,5	24,5
En büyük	7,6	789.070,0	17,0	939,7	187,0
En küçük	6,2	473.152,0	13,4	361,6	114,0
Malta					
ortalama	4,5	28.370,0	19,6	478,4	9,3
Std.sapma	0,2	3948.0	0,4	64,9	1,3
En büyük	5,0	34.576,0	20,3	601,7	12,0
En küçük	4,2	24.315,0	18,6	355,4	8,0
Mısır					
ortalama	10,2	43.412.879,0	23,1	19,6	2.763,6
Std.sapma	0,3	7587516.0	0,5	5,8	203,2
En büyük	10,6	57.492.251,0	24,6	33,1	3.219,0
En küçük	9,7	31.728.330,0	21,9	10,9	2.267,0
İsrail					
ortalama	8,1	579.384,0	20,0	262,5	327,6
Std.sapma	0,2	66280.2	0,6	75,3	28,2
En büyük	8,4	678.959,0	21,5	429,0	387,0
En küçük	7,6	449.271,0	18,3	123,7	285,8
Suriye					
ortalama	8,6	8.114.146,0	18,7	288,8	4.700,2
Std.sapma	0,2	957229.7	0,7	58,3	71,8
En büyük	9,0	9.575.360,0	20,3	379,8	4.885,0
En küçük	8,2	6.356.134,0	16,7	183,0	4.542,0



Şekil 1. 16 Akdeniz Ülkesine ait Kişi Başına GDP (2015 yılı fiyatlarıyla), Sıcaklık ve Yağış Grafiği.
Figure 1. Graph of GDP per capita (in 2015 prices), Temperature and Precipitation for 16 Mediterranean Countries.

Yukarıda Çizelge 3'te yer alan ülkelere ait tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde 1990-2019 yıllarına ait ortalama tarımsal katma değeri en yüksek olan ülkeler sırasıyla Türkiye, İtalya, Fransa, İspanya ve Mısır iken, en düşük olan ülkeler ise Malta ve Kıbrıs'tır. Yine Çizelgede ortalama sıcaklık değerleri incelendiğinde en yüksek ortalama sıcaklığa sahip ülkeler Cezayir, Mısır, Libya, Tunus ve İsrail iken, en düşük değere sahip ülkeler ise Fransa, Türkiye, Yunanistan, İspanya ve Lübnan'dır. Bu iki değişkenin yanı sıra yağış değişkenine ait tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında ortalama yağışın en fazla olduğu ülkeler Portekiz, Fransa, İtalya, Yunanistan ve İspanya iken, en düşük ortalama yağış alan ülkeler ise Cezayir, Tunus, Libya ve Mısır'dır.

Ekonometrik Yöntem ve Metodoloji

Çalışmada 16 Akdeniz ülkesi dikkate alınıp iklimin tarımsal katma değer üzerindeki etkisi, ülkelere ait gelişmişlik düzeyleri ve bölgesel farklılıkları göz önüne alınarak tahminler gerçekleştirilmiştir. İklimle ilgili iki önemli gösterge sıcaklık ve yağıştır. Sıcaklık ve yağış zaman içinde değişim göstermektedir. Sera gazlarının emisyonlarında meydana gelen önemli azalmalarla küresel yıllık ortalama sıcaklık artışı 2°C veya daha azı ile sınırlandırılabilir. Bununla birlikte, bu emisyonlarda büyük azalmalar olmadan sanayi öncesi zamanlara göre yıllık ortalama küresel sıcaklıklardaki artış bu yüzyılın sonunda 5°C veya daha fazlasına ulaşabilir (World Bank Climate Change Knowledge Portal). Bunun yanı sıra belirli bir dönemde yağış gözlemlenebilirken bazı zamanlarda yağış gözlemlenmemektedir. Oluşan seller gibi doğal afetler tarımsal üretimin düşmesine neden olmakta ya da hiç yağış düşmemesi durumunda toprağın kuruması tarımsal katma değeri yine olumsuz etkilemektedir. Bu noktada yağışın tarımsal katma değer üzerindeki etkisini tespit etmek zor olacaktır. Bu yüzden çalışmada, yağışın etkisinden ziyade sıcaklığın etkisine odaklanılmıştır.

İklimin, tarımsal katma değer üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmada, ilk olarak ülkelerin gelişmişlik düzeyi ve bölgesel farklılıkları dikkate alınmadan model tahmini gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada belirtilen örneklem ve veri aralığında kullanılan model şu şekilde kurgulanmıştır:

$$\ln VADDED_AGR = \beta_0 + \beta_1 \ln RURAL_POP_{it} + \beta_2 TEMPER_{it} + \beta_3 \ln ARABLAND_HEK_{it} + \beta_4 HDI_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Modelde gösterilen $i = 1, 2, \dots, N$ yatay kesit verilerini yani ülkeleri, $t = 1, 2, \dots, T$ zaman boyutunu, β_0 sabit terimi, β tahmin katsayılarını, ε_{it} ise hata terimini ifade etmektedir. Çalışmada kullanılan model Cobb-Douglas esneklik modelini temsil etmektedir. Cobb-Douglas fonksiyonunun önemli iki girdisi emek ve sermaye miktarıdır. Model de emek girdisini temsilen $\ln RURAL_POP_{it}$ değişkeni yani kırsal nüfusun logaritması ve sermaye girdisini temsilen ise $\ln ARABLAND_HEK_{it}$ ekilebilir arazinin logaritması kullanılmıştır. Aynı zamanda modelde beşeri sermayeyi temsilen de insani gelişmişlik endeksi olan HDI_{it} değişkenine yer verilmiştir. Model içinde tarımsal üretimin bir ölçüsü olan $\ln VADDED_AGR_{it}$ bağımlı değişken olarak kullanılmış ve 2015 yılı fiyatlarıyla ABD doları cinsinden ülkelere ait

tarımsal katma değer logaritması şeklinde ifade edilmiştir. Modelde iklim değişkeninin önemli belirleyicilerinden biri olan sıcaklık ise $TEMPER_{it}$ değişkeni olarak ülkelere ait ortalama sıcaklığı temsil etmek için kullanılmıştır. İklim değişikliğinin tarımsal katma değer üzerindeki etkisini belirlemede önemli bir belirleyici olan bu değişken World Bank Climate Change Knowledge Portal veri tabanından elde edilmiştir. Kontrol değişkeni olarak yer verilemeyen ancak tarımsal katma değeri etkilemesi muhtemel diğer faktörlerin hata terimi ile kontrol edildiği kabul edilmektedir.

İkinci aşamada iklimin tarımsal katma değer üzerindeki etkisi, ülkelerin hem gelişmişlik düzeyleri hem de bölgesel farklılıkları dikkate alınarak incelenmiştir. Bu amaçla oluşturulan kukla değişkenler hem sabit terim hem de sıcaklık değişkeninin eğim parametresine etkileyecek şekilde modele dahil edilmiştir. İlk aşamada yer alan modeldeki değişkenlere ek olarak ülkelerin gelişmişlik düzeylerini dikkate alan K1 ve K2 kukla değişkenleri eklenmiştir. K1 gelişmişlik kuklası=1 ise gelişmişlik düzeyi orta, 0 ise değil şeklinde; K2 gelişmişlik kuklası=1 ise gelişmişlik düzeyi çok yüksek, 0 ise değil şeklinde modele dahil edilmiştir. K1 kuklası temel şık olarak seçilmiş ve ilgili karşılaştırma bu temel şikka göre gerçekleştirilmiştir. İkinci olarak modele ülkelerin bölgesel farklılık düzeylerini dikkate alan D1, D2, D3 ve D4 kuklaları eklenmiştir. D1 bölgesel farklılık kuklası=1 ise Güneybatı Akdeniz, 0 ise değil; D2=1 ise Kuzeybatı Akdeniz; D3=1 ise Güneydoğu Akdeniz ve son olarak D4 bölgesel farklılık kuklası=1 ise Kuzeydoğu Akdeniz şeklinde ifade edilmiştir. Temel şık olarak D1 kuklası seçilmiş ve karşılaştırmalar bu şikka göre yapılmıştır. Bu yolla bulunan kukla değişkenlere ait katsayıların anlamlılıklarından hareketle bölgesel ve gelişmişlik düzeyinden kaynaklanan farklılıklar olup olmadığı incelenmiştir.

Panel Veri

Bir panel veri, hem zaman hem de mekânda bilgiyi somutlaştırmaktadır. En önemlisi bir panel veri, aynı bireyleri veya nesne topluluğunu belirli bir süre boyunca ölçtüğümüzde ortaya çıkmakta ve onlarla ilgili zamanla ölçüm yapmaktadır. Ekonometrik olarak sahip olunacak model kurulumu aşağıda ifade edilen denklemde açıklandığı gibidir:

$$y_{it} = \alpha + \beta x_{it} + u_{it} \quad (2)$$

burada y_{it} bağımlı değişken, α kesişme terimi, β açıklayıcı değişkenler üzerinde tahmin edilecek parametrelerin $k \times 1$ vektörü ve x_{it} açıklayıcı değişkenler üzerine $1 \times k$ gözlem vektörüdür, $t = 1, \dots, T$; $i = 1, \dots, N$ 'dir. Bu tür verilerle başa çıkmanın en kolay yolu tüm gözlemler üzerinde tek bir havuzlanmış regresyonu birlikte tahmin etmektir. Fakat verilerin havuzda toplanması heterojenliğin olmadığını varsayar yani aynı ilişki tüm veriler için geçerlidir. Bu durum tüm veriler üzerinde tek bir denklemi tahmin etmeyi içerir ve böylece y veri kümesi tüm kesitleri ve zamanı içeren tek bir sütuna yığılır ve benzer şekilde her açıklayıcı değişken üzerine tüm gözlemler, x matrisinde yer alan tekli sütunlara yığılmaktadır. Daha sonra elde edilen bu denklem sıradan en küçük kareler (OLS) kullanılarak tahmin edilmektedir. En

önemli olanı verilerin bu şekilde havuzlanması dolaylı olarak değişkenlerin ortalama değerlerinin ve aralarındaki mevcut ilişkilerin zaman içinde ve örneklemdaki bütün yatay kesit birimler için sabit olduğunun varsayılmasıdır (Brooks, 2014).

Bir panel veriyi tam anlamıyla kullanmanın önemli avantajları vardır. Bunlar: I) Panel veriler genellikle T=1 olan bir panel olarak görülebilen yatay kesit verilerinden veya N=1 bir panel olan zaman serisi verilerinden daha fazla serbestlik derecesi ve daha fazla örneklem değişkenliği içermektedir. Bundan dolayı ekonometrik tahminlerin etkinliğini artırmaktadır. II) İnsan davranışının karmaşıklığını yakalamak için tek bir yatay kesit veya zaman serisi verisine göre daha fazla serbestlik derecesi içermektedir. III) Panel verileri en az iki boyut içermektedir. Bunlar, yatay kesit boyutu ve zaman serisi boyutudur. Normal şartlarda panel veri tahmin edicisinin veya çıkarımlarının hesaplanmasının yatay kesit veya zaman serisi verilerinden daha karmaşık olması beklenir. Fakat bazı durumlarda panel verilerin varlığı aslında hesaplamayı ve çıkarımı basitleştirmektedir (Hsiao, 2007).

Bir araştırmada panel tahmincisi olarak kullanılabilir iki tür yaklaşım vardır. Bunlardan ilki sabit etki modelleri, ikincisi ise rastgele etki modelleridir. Sabit etki modellerinin en basit türleri regresyon modelinde kesişmenin zamanla değil, yatay kesit olarak farklı olmasına izin vermektir ve tüm eğim parametreleri hem yatay kesit hem de zaman boyutunda sabitlenmektedir. Panel veri konusunda dikkat edilmesi gereken diğer bir husus dengeli panel ile dengesiz panel arasındaki ayrımdır. Dengeli bir panel, her bir yatay kesit birim için aynı sayıda bir zaman serisi gözlemine sahiptir. Dengesiz bir panelde ise diğerlerine kıyasla farklı zamanlarda daha az gözleme sahip bazı yatay kesit ögeleri bulunmaktadır. Her iki durum için de aynı teknikler kullanılmaktadır (Brooks, 2014).

Sabit Etkiler Modeli

Sabit etkiler modeli, katsayıların birimlere veya zamana ya da hem birim hem de zamana göre değiştiği varsayılan modellerdir (Sayyan, 2000).

Sabit etkiler modelinin nasıl çalıştığını görmek amacıyla yukarıda daha önce belirtilen denklem (1) dikkate alınabilir ve hata terimi u_{it} , ayrı bir spesifik etkiye, μ_i bileşeni hem zaman hem de birimlere göre değişen bir bozucu v_{it} bileşeni olarak ayrıştırılabilir:

$$u_{it} = \mu_i + v_{it} \quad (3)$$

Bu şekilde (2)'den u_{it} yerine (1) değiştirilerek, denklem (1) yeniden şu şekilde yazılabilir.

$$y_{it} = \alpha + \beta x_{it} + \mu_i + v_{it} \quad (4)$$

μ_i 'yi, y_{it} 'i yatay kesit olarak etkilediği fakat zaman içinde değişmeyen tüm değişkenleri kapsadığı şeklinde düşünülebilir. Bu duruma bir örnek vermek gerekirse, bir firmanın faaliyet göstermiş olduğu bir sektör, bir bireyin cinsiyeti veya bir bankanın genel merkezinin bulunduğu ülke vb. model, en küçük kareler kukla değişken (LSDV) olarak adlandırılır ve kukla değişkenler kullanılarak tahmin edilebilir (Brooks, 2014).

$$y_{it} = \beta x_{it} + \mu_1 D1_i + \mu_2 D2_i + \mu_3 D3_i + \dots + \mu_N DN_i + v_{it} \quad (5)$$

burada $D1_i$, verilen örneklemden ilk birim (örneğin ilk firma) üzerine tüm gözlemler için 1 değeri diğerleri için sıfır

değeri alan bir kukla değişkendir. $D2_i$, verilen örneklemden ikinci birim (örneğin ikinci firma) bu koşullarla ilgili mevcut tüm gözlemler için 1 değerini ve aksi durumda sıfır değerini alan bir kukla değişkendir. Burada "kukla değişken tuzağından" kaçınmak amacıyla kesişim terimi (α) denklemden çıkarılmıştır. Sabit etkiler modeli bu şekilde yazıldığı zaman panel yaklaşımının gerçekten gerekli olup olmadığının nasıl test edileceğini görmek açısından kolaylık sağlamaktadır. Burada tüm kesişim kukla değişkenlerinin aynı parametrelere sahip olduğu kısıtlaması mevcuttur (yani, $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_N$). H_0 hipotezi reddedilmezse veriler basit bir şekilde bir araya getirilebilir ve OLS kullanılabilir. Bu durumun aksine H_0 hipotezi reddedilirse kesişimlerin zaman kesit birimleri üzerinde aynı olması ve bir panel yaklaşımının kullanılması gerektiği kısıtlaması geçerli değildir (Brooks, 2014).

Rastgele Etkiler Modeli

Rastgele etkiler modelinde, yatay kesitlere ya da yatay kesit ve zamana bağlı olarak meydana gelen değişiklikler modele dahil edilirken hata teriminin bir bileşeni olarak dahil edilmektedir. Bu şekilde sabit etkiler modelinde karşılaşılan serbestlik derecesi kaybına engel olunur. Rastgele etkiler modelinde sadece örneklemden yatay kesitler ve zamana göre meydana gelen farklılıkların etkisi değil, örneklem dışındaki etkiler de dikkate alınır (Yılmaz, 2008).

Rastgele etkiler panel modeli şu şekilde yazılabilir:

$$y_{it} = \alpha + \beta x_{it} + \omega_{it}, \omega_{it} = \epsilon_i + v_{it} \quad (6)$$

Burada x_{it} yine açıklayıcı değişkenlerin $1 \times k'$ lık bir vektördür, fakat rastgele etkiler modeli, sabit etkiler modelinden farklı olarak yatay kesit boyutundaki heterojenliği (varyasyonu) yakalayacak hiçbir kukla değişken yer almamaktadır. Bunun yerine bu durum ϵ_i terimleri aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu çerçevede yeni yatay kesit hata teriminin ϵ_i 'nin sıfır ortalamaya sahip olduğu bireysel gözlem hatası teriminden (v_{it}) bağımsız olduğu, σ_ϵ^2 sabit varyansına sahip olduğu ve açıklayıcı değişkenlerden (x_{it}) bağımsız olduğu varsayımlarını gerektirdiğine dikkat çekilmelidir (Brooks, 2014).

Parametreler (α ve β vektörü) OLS ile tutarlı ancak etkin olmayan bir şekilde tahmin edilmekte ve zaman içinde farklı noktalarda belirli bir kesit birim için hata terimleri arasındaki çapraz korelasyonların bir sonucu olarak geleneksel formüllerin değiştirilmesi gerekmektedir. Bunun yerine genellikle bir genelleştirilmiş en küçük kareler (GLS) süreci kullanılmaktadır. Bu GLS sürecinde yer alan *dönüşüm*, zaman içinde y_{it} 'nin ağırlıklı ortalamasını çıkarmaktadır yani sabit etkiler tahmininde olduğu gibi tüm ortalamaların yerine ortalamamanın bir kısmını çıkarmaktadır. Yarı küçültülmüş verileri $y_{it}^* = y_{it} - \theta \bar{y}_i$ ve $x_{it}^* = x_{it} - \theta \bar{x}_i$ olarak tanımlanır ve burada y_i ve x_i sırasıyla y_{it} ve x_{it} üzerindeki gözlemlerin zaman içindeki ortalamalarıdır. Burada kullanılan gösterim Kennedy'nin (2003:315) biraz değiştirilmiş bir gösterimidir. θ , gözlem hata terimi σ_v^2 'nin bir fonksiyonu ve σ_ϵ^2 değişkene özgü hata teriminin bir varyansı olacaktır.

$$\theta = 1 - \frac{\sigma_v}{\sqrt{T\sigma_\epsilon^2 + \sigma_v^2}} \quad (7)$$

Bu dönüşüm tam anlamıyla hata terimlerinde çapraz korelasyon olmaması durumunu sağlamak amacıyla gerekli olmanın yanı sıra standart yazılım paketleri tarafından otomatik olarak gerçekleştirilmelidir. Tıpkı sabit etkiler modelinde olduğu gibi rastgele etkiler modelinde de kavramsal olarak zaman değişimine izin vermek yatay kesit varyasyona izin vermekten daha kolaydır. Zaman değişimi durumunda zaman periyoduna özgü bir hata terimi dahil edilir ve kesişimlerin hem yatay kesit olarak hem de zaman içinde değişmesine izin vermek amacıyla iki yönlü bir model düşünülebilir (Brooks, 2014).

$$y_{it} = \alpha + \beta x_{it} + \omega_{it}, \omega_{it} = \epsilon_t + \nu_{it} \quad (8)$$

Sabit etkiler ve rassal etkiler modelleri için seçim yaparken göz önünde bulundurulması gereken avantaj ve dezavantajlar şu şekildedir: Sabit etkiler modeli, β 'nin yansız tahminlerini üretir. Fakat bu tahminler, örnekten örneğe bir değişkenliğe tabi olabilir. Rastgele etkiler modeli, bazı durumlar dışında β tahminlerinde sapmaya neden olmaktadır. Fakat bu durum tahminlerin varyansını büyük ölçüde sınırlayabilir ve ortalama olarak herhangi bir örnekteki gerçek değere daha yakın olan tahminlere yol açabilir. (Clark ve Linzer, 2012).

Hausman Testi

Modelde birim veya zaman etkisi bulunması durumu söz konusu ise bu etkilerin sabit mi yoksa tesadüfi mi olduğuna karar verilmesi gerekir. Bu bağlamda panel veri modellerinde tahminler arasında bir seçim yapmak için geliştirilmiş olan Hausman (1978) testi kullanılmaktadır. Sabit etkiler ve rassal etkiler modelleri arasındaki en önemli fark, birim etkilerin bağımsız değişkenler ile bir korelasyon içinde olup olmadığı durumudur. Eğer aralarında herhangi bir korelasyon söz konusu değilse tesadüfi etkiler modeli, sabit etkiler modelinden daha etkindir. Bu bilgiden yola çıkarak sabit etkiler modeli için grup içi tahminci ve tesadüfi etkiler modeli için ise esnek genelleştirilmiş EKK tahmincisi arasında seçim yapılabilmektedir (Uluyol ve Türk, 2013).

Hausman testi için gerekli adımlar aşağıda belirtildiği gibidir.

- İlk önce Hausman testine ait hipotezler tanımlanır.

H_0 : Rastgele etkiler modeli uygundur. Panel veri modelinde yer alan hata terimi ile bağımsız değişkenler arasında ilişki yoktur.

$$Cov(a_i, x_{it}) = 0$$

H_1 : Sabit etkiler modeli uygundur. Panel veri modelinde yer alan hata terimi ile bağımsız değişkenler arasında ilişki vardır.

$$Cov(a_i, x_{it}) \neq 0$$

- Sonrasında birinci tip hata olasılığı seçilmektedir. (örneğin, $\alpha=0,05$)
- Daha sonra Hausman testi gerçekleştirilmektedir. Hausman test istatistiği aşağıda yer alan formülle hesaplanmaktadır.

$$H = (\hat{\beta}^{RE} - \hat{\beta}^{FE})' [Var(\hat{\beta}^{RE}) - Var(\hat{\beta}^{FE})]^{-1} (\hat{\beta}^{RE} - \hat{\beta}^{FE})$$

Burada $\hat{\beta}^{RE}$ ve $\hat{\beta}^{FE}$, sırasıyla rastgele ve sabit etkiler modelleri için katsayı tahminlerinin vektörlerini ifade etmektedir. Hausman test istatistiği H_0 hipotezi altında

$\chi^2(k)$ dağılır. Burada serbestlik derecesi k , faktör sayısına eşittir.

- Son olarak Hausman test istatistiği, k serbestlik derecesi için χ^2 dağılımının kritik değerleri ile kıyaslanır ve hesaplanan Hausman test istatistiği baz alınan kritik değerden büyük olması durumunda H_0 hipotezi reddedilir ve küçük olması durumunda ise H_0 hipotezi reddedilemez (Karlsson ve Mantalos, 2014).

Yatay Kesit Bağımlılığının Testi

Panel veri analiz yönteminin uygulandığı çalışmalarda paneli oluşturan yatay kesit birimlerin yani ülkelerin bağımsız olması durumu analiz sonuçlarının sapmalı ve tutarsız olması açısından son derece önem arz etmektedir. Yatay kesit bağımsızlığı durumunda paneli oluşturan yatay kesit birimlerden herhangi birine gelen bir şoktan bütün ülkelerin aynı düzeyde etkiye sahip olmaları ve herhangi bir ülkede oluşan bir makroekonomik şoktan mevcut diğer ülkelerin etkilenmediği varsayımına dayanmaktadır. Fakat bugün dünyada ulus ekonomilerinin birbirleriyle bir ilişki içinde olduğu durumu göz önünde bulundurulduğunda panelin oluşmasını sağlayan yatay kesit birimlerinden herhangi birine gelen bir şoktan, her birimin farklı derecelerde etkilenme durumu daha gerçekçi bir yaklaşım olacaktır (Merican, 2014).

Yatay kesit bağımlılığın olup olmadığı durumunu analiz eden bazı testler şunlardır: İlki, Breusch ve Pagan (1980) tarafından geliştirilen Lagrange Çarpımı (Lagrange Multiplier, LM) testidir. Bu test zaman boyutunu ifade eden T 'nin, yatay kesit boyutunu ifade eden N 'den büyük olması durumunda kullanılabilmektedir (Pesaran, 2004; Guloglu ve İvrendi, 2010). Hem yatay kesit boyutunu ifade eden N 'nin hem de zaman boyutunu temsil eden T 'nin büyük olması durumunda ise Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD_{LM} test istatistiği kullanılabilmektedir (Guloglu ve İvrendi, 2010; Menyah ve ark. 2014). Bunların yanı sıra diğer bir test, önce $T \rightarrow \infty$ ve ardından $N \rightarrow \infty$ olduğu durumda daha büyük paneller için yatay kesit bağımlılığı test etmek için Pesaran ve ark. (2008) tarafından geliştirilen ve LM istatistiğinin ortalamasını ve varyansını kullanarak LM testinin değiştirilmiş bir biçimi olan sapsması düzeltilmiş LM_{adj} testidir (Pesaran ve ark. 2008; Menyah ve ark. 2014).

Gerçekleştirilen yatay kesit bağımlılık testlerinde hipotezler şu şekildedir;

H_0 : Kesitler arasında yatay kesit bağımlılık bulunmamaktadır.
 H_1 : Kesitler arasında yatay kesit bağımlılığı bulunmaktadır.

Panel verisi için kullanılan birimler arasında test sonucunda H_0 kabul edilip birimler arasında yatay kesit bağımlılık bulunmamaktadır durumu ortaya çıkarsa birinci nesil birim kök testleri, H_0 reddedilip yatay kesit bağımlılık olduğu durumu ortaya çıkarsa ikinci nesil birim kök analizi yapılması gerekmektedir (Eren, 2020).

Çalışmada yatay kesit bağımlılığın olup olmadığını test etmek için $T > N$ olması durumunu dikkate alan Breusch ve Pagan (1980) LM testi dikkate alınmıştır. Çünkü çalışmada iklim ve tarımsal katma değer arasındaki ilişki, 16 Akdeniz ülkesi üzerinden 1990-2019 yılları arasındaki dönemde araştırıldığı için zaman boyutu birim sayısından büyüktür. Yani analize dahil edilen ülke sayısı 16 iken, dahil edilen

zaman boyutu ise 30'dur. Ayrıca çalışmada değişkenlere ait birim kök analizi yatay kesit bağımlılığı testi altında Pesaran (2007) tarafından geliştirilen ikinci nesil birim kök testi olan CIPS testi ile gerçekleştirilmiştir. Tüm bunlardan yola çıkılarak birimler arasında yatay kesit bağımlılığın olup olmadığı test sonuçları Çizelge 4'te sunulmuştur.

Çizelge 4'te görüldüğü gibi Breusch ve Pagan (1980) LM testinde değişkenlere ait olasılık değerleri 0,05'ten küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilir. Bu durumda serilerde yatay kesit bağımlılığının olduğu söylenebilir.

Panel Birim Kök Analizi

Gerek panel veri gerekse zaman serilerinde birim kök testi analizlerinin gerçekleştirilmesindeki amaç, serilerin durağan olup olmadığını kontrol etmektir. Yapılan birim kök test analizleri sonucunda serilerin birim kök içermesi durumunda durağan olmadıkları ve serilerin birim kök içermemesi durumunda ise durağan oldukları ifade edilmektedir. Gerçekleştirilen birim kök testleri birinci nesil ve ikinci nesil birim kök testleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Mevcut olan bu testler içinde hangi durumda hangi testlerin kullanılacağına yatay kesit bağımlılığı sonucunda karar verilmektedir. Yapılan test sonucunda seriler arasında yatay kesit bağımlılık sorunu yoksa birinci nesil birim kök testleri

kullanılmaktadır. Ancak seriler arasında yatay kesit bağımlılığı durumu tespit edilmişse bu durumda ikinci nesil birim kök testleri kullanılmaktadır (Köksel ve Yılmaz, 2021). Analizler için kullanılan başlıca ikinci nesil birim kök testleri; Taylor ve Sarno (1998) tarafından geliştirilen MADF, Breuer ve ark. (2002) tarafından geliştirilmiş olan SURADF, Pesaran (2007) tarafından gerçekleştirilen CIPS ve Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CADF testleridir (Yalçınkaya, 2016). Bu çalışmada gerçekleştirilen yatay kesit bağımlılık testi sonucunda, serilerde yatay kesit bağımlılığı olduğu tespit edildiği için Pesaran (2007) tarafından geliştirilen ve ikinci nesil birim kök testi olan CIPS birim kök testi kullanılmıştır.

CIPS testi panelde yer alan serilerin geneli için birim kök test analizi yapmaktadır. İlk önce bütün yatay kesit birimler için CADF birim kök test istatistiği hesaplanıp daha sonrasında bu test istatistiklerinin aritmetik ortalaması alınıp panelde yer alan birimlerin geneli için CIPS birim kök testi istatistik değerleri hesaplanmaktadır (Yalçınkaya, 2016, s.152). CIPS birim kök testi analizi için temel hipotez seri birim kök içermektedir şeklindeyken, alternatif hipotez seri birim kök içermemektedir şeklinde kurulmaktadır (Mercan, 2014; Pesaran, 2007; Yalçınkaya, 2016). Çalışmada kullanılan değişkenlere ait CIPS birim kök test sonuçları Çizelge 5'te verildiği gibidir.

Çizelge 4. Değişkenlere ait Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Table 4. Cross-Section Dependency Test Results of Variables

Değişkenler	Test
	Breusch ve Pagan (1980) LM testi
LnVADDED_AGR	1284,23 [0,00]
LnRURAL_POP	2138,74 [0,00]
TEMPER	1572,87 [0,00]
Ln_ARABLAND_HEK	1098,73 [0,00]
HDI	2413,47 [0,00]

Not: Veri setinde birim sayısı (N) 16 ülke, zaman sayısı (T) 1990-2019 dönemine ait 30 gözlemdir. Çizelgede belirtilen Breusch ve Pagan (1980) LM testi Eviews9 ekonometri paket programı ile gerçekleştirilmiştir. LM test istatistiklerinde tabloda köşeli parantez içindeki değerler olasılık değerlerini ifade etmektedir.

Çizelge 5. Değişkenlere ait CIPS Birim Kök Test Sonuçları

Table 5. CIPS Unit Root Test Results of Variables

Değişkenler	Düzye
	CIPS istatistiği
LnVADDED_AGR	-2,44 [0,00]
LnRURAL_POP	-2,28 [0,00]
TEMPER	-7,04 [0,00]
Ln_ARABLAND_HEK	-1,87 [0,03]
HDI	-1,34 [0,08]

NOT: Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CIPS birim kök testi analizi "multipurt" STATA komutu ile gerçekleştirilmiştir. Multipurt komutu, Scott Meryyman'ın xtfisher ve Piotr Lewandowski'nin pescadf testlerini kullanmaktadır. Trendli ve trendsiz model için test istatistikleri hesaplanmıştır. Bazı değişkenler trendli durumda durağan iken, bazı değişkenler trendsiz durumda durağandır. Maksimum gecikme uzunluğu 2 olarak alınmıştır.

Çizelge 6. Ülkelerin Gelişmişlik Düzeyleri ve Bölgesel Farklılıkları Dikkate Alınmadan ve Dikkate Alındıktan Sonra Elde Edilen Tahmin Sonuçları**Table 6.** The Forecast Results Obtained Without Taking into Account the Development Levels and Regional Differences of the Countries and After Taking into Account

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken: LnVADEDED_AGR				
	Havuzlanmış Yöntem	Rassal Etkiler	Sabit Etkiler	Bölgesel eğim kuklalı Sabit Etkiler Modeli	Bölgesel ve Gelişmişlik eğim kuklalı Sabit Etkiler Modeli
LnRURAL_POP	0,73 [0,00]	0,32 [0,00]	0,10 [0,24]	0,78 [0,00]	0,83 [0,00]
LnARABLAND_HEK	0,14 [0,00]	0,45 [0,00]	0,49 [0,00]	0,17 [0,00]	0,24 [0,00]
TEMPER	-0,03 [0,00]	-0,04 [0,00]	-0,04 [0,02]	-0,06 [0,00]	-0,01 [0,00]
HDI	3,80 [0,00]	3,65 [0,00]	3,76 [0,00]	5,01 [0,00]	3,61 [0,00]
Kesişim	-6,79 [0,00]	-4,88 [0,00]	-2,25 [0,13]	-8,11 [0,00]	-10,24 [0,00]
D2(Kuzeybatı=1)*TEMPER				-0,04 [0,00]	-0,06 [0,00]
D3(Güneydoğu=1)*TEMPER				0,00 [0,00]	0,00 [0,02]
D4(Kuzeydoğu=1)*TEMPER				-0,01 [0,03]	-0,03 [0,00]
K3(Çok yüksek gelişmişlik=1)*TEMPER					0,06 [0,00]
F testi (sabit etkiler)			119,32 [0,00]		
Hausman Test		16,60 [0,00]			
R ²	0,95	0,58	0,96	0,97	0,98

NOT: Hata terimindeki otokorelasyon ve değişen varyans durumları için yatay kesit SUR GLS tahminleri kullanılmıştır. Modeldeki hataların yatay kesit bağımlı olup olmadığı test edilmiş ve hataların yatay kesit bağımlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bundan dolayı yatay kesit SUR (PCSE) dirençli katsayı tahminleri elde edilmiştir. Köşeli parantez içerisindeki sayılar olasılık değerleridir. Tabloda yer alan F testi (sabit etkiler), olabilirlik testi kullanılarak havuzlanmış model ile sabit etkiler modeli arasında seçim yapmak için kullanılmıştır. Hausman testi, sabit etkiler ile rassal etkiler modelleri arasında bir seçim yapmak için kullanılmıştır.

Çizelge 5 incelendiğinde yapılan test analizi sonucu, bazı değişkenler 0,05 önem düzeyinde düzey seviyede durağan iken, bazı değişkenlerinde 0,10 önem seviyesinde durağan olduğu tespit edilmiştir.

Tahmin Sonuçları

Bu kısımda iklimin tarımsal katma değer üzerindeki etkilerine dair gerçekleştirilen analiz sonuçları yer almaktadır. Elde edilen sonuçlar, aşağıda yer alan Çizelge 6'da sunulmaktadır.

Çizelge 6'da ilk olarak havuzlanmış panel veri modeline bakıldığında sıcaklığa ait katsayı beklentiye uygun olarak negatif işaretlidir. Fakat F testi için p değeri 0,05'ten küçük olduğu için havuzlanmış yöntem ile tahmin edilen modelin daha uygun model olduğu boş hipotezi reddedilir. Bu durum sabit etkiler modelinin havuzlanmış yöntem ile elde edilen modele tercih edilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Yine Hausman testi için p değeri 0,05'ten küçük olduğu için sabit etkiler modelinin rassal etkiler modeline tercih edilmesi daha uygundur alternatif hipotezi reddedilemez. Bu durumda Hausman testi ile elde edilen sonuç, sabit etkiler modelinin en uygun model olduğunu ortaya koymaktadır. Çizelge 6'daki sabit etkiler tahmin sonuçları 0,05 önem düzeyinde ekilebilir arazinin ve insani gelişme

endeksinin tarımsal katma değer üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu gösterirken, sıcaklığın ise olumsuz bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ülkeden ülkeye sıcaklıktan etkilenme derecesinde zaten farklılıklar mevcuttur. Burada araştırılmak istenilen nokta sıcaklıktan etkilenme derecesinde bölgesel ve gelişmişlik düzeylerinde farklılık olup olmadığıdır. Bundan dolayı ilk aşama için ülkeden ülkeye farklılıkları dikkate alan model yanında bölgesel ve gelişmişlik düzey farklılıkları yani eğimdeki farklılıkları da dikkate alan ikinci model türetilmiş ve bu modele ait tahmin sonuçları aşağıda verilmiştir.

Kesişim kuklaları, modele dahil edilmeyen sabit faktörlerin tarımsal katma değer üzerindeki etkisinin bölgesel ve gelişmişlik düzey farklılıklarını göstermektedir. Buna karşılık modelde eğim kuklaları, sıcaklığın tarımsal katma değer üzerindeki etkisi üzerine bölgesel ve gelişmişlik düzey farklılıklarını temsil etmektedir. Sıcaklık tüm ülkeleri ve bölgeleri olumsuz etkilemektedir. Fakat bazı ülkeleri ve bölgeleri daha az bazı ülke ve bölgeleri ise daha fazla etkileyebilmektedir. Bölgesel eğim kuklalarına göre, Güneybatı Akdeniz bölgesi ülkelerine kıyasla sıcaklıktaki 1 derecelik değişim tarımsal katma değeri Kuzeybatı Akdeniz bölgesi ülkelerinde %0,04 ve Kuzeydoğu Akdeniz bölgesi ülkelerinde %0,01 oranında daha olumsuz etkilerken,

Güneydoğu Akdeniz bölgesi ülkelerinde ise %0,007 küçük bir değerle daha az olumsuz etkilenmektedir. Yani Güneybatı Akdeniz bölgesi ülkelerine göre Kuzeybatı Akdeniz ve Kuzeydoğu Akdeniz bölgeleri tarımsal katma değerleri sıcaklıktan daha olumsuz etkilenirken, Güneydoğu Akdeniz bölgesi ülkeleri tarımsal katma değerleri ise sıcaklıktan daha az olumsuz etkilenmektedir. Gelişmişlik eğim kukllarına göre, çok yüksek insani kalkınma endeksine sahip ülkelerde sıcaklıktaki 1 derecelik değişim tarımsal katma değeri orta insani kalkınma endeksine sahip ülkelere göre %0,06 olumlu yönde sıcaklıktan daha az etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Ülkelerin bölgesel farklılıklarını dikkate alan sabit modelde belirginlik katsayısı R^2 değeri %97'dir. Yani modelde yer alan açıklayıcı değişkenler, bağımlı değişken olan tarımsal katma değer değişkenindeki değişkenliğin %97'sini açıklamaktadır. Ülkelerin gelişmişlik düzeyini dikkate alan sabit modelde belirginlik katsayısı R^2 değeri ise %98'dir. Yani modelde yer alan açıklayıcı değişkenler, bağımlı değişken olan tarımsal katma değer değişkenindeki değişkenliğin %98'ni açıklamaktadır.

Sonuç

Dünya genelinde önemli bir sorun haline gelen iklim değişikliği, yıllar geçtikçe etkisini daha çok artırmaya başlamıştır. İklim değişikliğinde meydana gelen değişimler, insan hayatı, tarım, sağlık, çevre ve ekonomi gibi faktörleri olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir. Bu etkilere dikkat çekmek, etkinin boyutlarını en aza indirmek ve ülkeleri bu konuda bilinçlendirmek adına birçok çalışma yapılmıştır. Bu noktada bu çalışmada iklim değişikliğinin ekonomik boyutta ne gibi bir etkiye sahip olduğu durumunu incelemek için iklim değişikliğinin tarımsal katma değer üzerindeki etkisi 16 Akdeniz ülkesi (Fransa, İtalya, Portekiz, İspanya, Yunanistan, İsrail, Kıbrıs, Malta, Türkiye, Libya, Cezayir, Tunus, Fas, Mısır, Lübnan ve Suriye) üzerinden analiz edilmiştir.

İklim değişikliği, ekonomik büyümeyi doğrudan değil dolaylı olarak etkileyebilir. Bazı ülkeler sahip oldukları coğrafya ve gelişmişlik düzeyine bağlı olarak iklimin etkisinden daha az etkilenirken, bazıları ise daha çok etkilenebilmektedir. İyi bir ekonomik gelire sahip ülkelerin bu tür değişimlere adapte olması daha kolay ve hızlı gerçekleşmektedir. Bu yüzden bu durumlar göz önüne alınarak diğer çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada ülkelerin hem gelişmişlik düzeyleri hem de bölgesel farklılıklarını dikkate alan kukla değişkenler kullanılarak analiz gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeler önceki bölümlerde de ifade edildiği gibi bölgesel farklılık ve gelişmişlik düzeyinde farklı gruplara ayrılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, 16 Akdeniz ülkesinde sıcaklığın tarımsal katma değer üzerindeki etkisi hem bölgesel hem de gelişmişlik düzeyde farklılık arz etmektedir. Bölgesel farklılık bağlamında Güneybatı Akdeniz bölgesi ülkelerine kıyasla Kuzeybatı Akdeniz ve Kuzeydoğu Akdeniz bölgesi ülkelerinin tarımsal katma değerleri sıcaklıktan daha olumsuz etkilenirken, Güneydoğu Akdeniz bölgesi ülkeleri ise daha az olumsuz etkilenmektedir. Gelişmişlik düzeyleri bağlamında ise orta insani kalkınma endeksine sahip ülkelere göre sıcaklığın

tarımsal katma değer üzerindeki etkisi çok yüksek insani kalkınma endeksi ekonomiler de daha az ve olumlu yönde seyretmektedir. Bu çalışma sonucu yazında yer alan diğer çalışmalarla Winters ve ark. (1996), Mendelsohn ve ark. (2006), Molua ve Lambi (2007), Brown ve ark. (2010), Dell ve ark. (2012), Başoğlu ve Telatar (2013), Bayraç ve Doğan (2016), Dumrul ve Kılıçarslan (2017), Hayaloğlu (2018) benzer sonuçlara ulaşmıştır. İklim değişkeni olan sıcaklığın, tarımsal katma değer üzerinde negatif bir etkisinin olması, az gelişmiş ülkeler üzerinde daha olumsuz etki göstermesi ve gelişmişlik düzeyinde insani gelişmişlik endeksi değişkeninin kullanılması bakımından yazında bulunan çalışmalara katkı sağlamaktadır. İklim değişikliğinin, tarımsal katma değer ve diğer alanlara yönelik incelenmesi noktasında yapılacak olan çalışmaların ülkelerin hem bölgesel farklılıklarına hem de gelişmişlik düzeylerine odaklanarak çıkarımda bulunmaları yazın açısından daha faydalı olacaktır.

İklimde meydana gelen değişim, sıcaklık ve yağışta değişikliğe neden olmakta ve aşırı sıcaklık veya aşırı yağış durumunda tarım olumsuz etkilenip ürün verimliliği önemli ölçüde azalmaktadır. Bu noktada ülkeler buldukları coğrafya ve sahip oldukları ekonomik düzeylerine göre iklimin olumsuz etkilerini en aza indirecek stratejiler geliştirmelidirler. Ülkeler, iklim değişikliğinden olumsuz etkilenen tarım ürünlerini tespit edip bu konuda tarımsal ürün çeşitliliğini artırma yoluna gidebilir, bunun yanı sıra her ülke tarım alanlarında sıcaklığın olumsuz etkilerine dayanıklı ve toprak verimine uygun tarımsal ürünler tespit ederek ona göre tarımsal üretim sağlayabilir. Yine tarımda suyun tasarruflu kullanılabilmesi için damlama sulama sistemi gibi yöntemler kullanılabilir. Bu konuda politikacılar, ülkelerinin atacağı bu adımlarda ülkelerini desteklemeli ve gereken finansman desteğini sağlamalıdır.

Extended Abstract

Global climate change, which occurs in various ways, affects various parts of the world in different ways. While some regions are more negatively affected by climate change, others may be less negatively or even positively affected. Especially Mediterranean countries are expected to be more adversely affected by climate change due to drought. Climate change indicates itself as an increase in temperature and changes in precipitation. While the temperature increases over time, the precipitation level increases in some periods and decreases in other periods. In this case, in the same region, sometimes due to drought, sometimes because of floods, especially agricultural production is affected more negatively, while at other times it can be affected positively. It is of great importance for the economies of the countries that the possible negative effects of climate change on agricultural value added can be determined in advance and these effects can be minimized and the situation can be turned into an opportunity. To minimize the negative impact of climate change on agricultural value added, the steps to be taken by considering factors such as the geographical locations and development levels of the countries will help countries in

this regard. For this purpose, in this study, the effect of temperature on agricultural value added in 16 Mediterranean countries was examined by taking into account regional differences and differences in development levels. In this direction, data on agricultural value added, rural population, arable land, average temperature, and human development index variables obtained from FAOSTAT, World Bank, and UNDP web pages were used. In climate change, the effect of precipitation on agricultural value added is not a regular increase or decrease, but sometimes floods are caused by excessive precipitation and sometimes decreased production due to drought caused by lack of precipitation. In such a study, it would be difficult to determine the effect of precipitation on agricultural value added. Therefore, in this study, the effect of climate change was examined using only the temperature variable.

To examine regional differences, countries were divided into four groups Northeast Mediterranean, Northwest Mediterranean, Southeast Mediterranean, and Southwest Mediterranean. In order to examine their development levels, countries are divided into two groups medium human development and very high human development according to the UNDP classification. Regional and development level dummy variables representing the relevant groups were used. With the help of the obtained data, the effect of climate on agricultural value added was determined with the help of slope puppets over temperature. Thus, it is examined whether the effect of climate on agricultural value added differs in terms of different regions and development levels of countries.

In the first stage, the effect of climate on agricultural value added was examined without considering the regional and development level effects by using panel data from 16 Mediterranean countries between 1990 and 2019. In this model, while the agricultural value added is the dependent variable, the temperature is the explanatory climate variable. Rural population, arable land, and human development index are the main explanatory variables that determine agricultural production in the model, The logarithms of agricultural value added, arable land, and rural population variables were used in the model. Regression analysis methods were carried out as a pooled model, random effects model, and fixed effects model. Parameter estimates are significant and the R^2 values are at satisfactory levels. It was determined that the significant and best result was obtained from the fixed effects model. As a result of the estimation, it was determined that while the arable land and human development index affected the agricultural value added positively, the temperature negatively as expected.

In the second stage, the effect of climate on agricultural value added was estimated by using slope dummy variables representing regional differences in the fixed effects model found in the first stage. According to these results, it was seen that the temperature had different effects on agricultural production in different regions. Accordingly, compared to the countries of the Southwest Mediterranean region, while agricultural value added in the Northwest

Mediterranean and Northeast Mediterranean regions are affected more negatively by temperature, and less negatively in the Southeast Mediterranean region countries.

In the third stage, the slope dummy variable represents the differences in the level of development and was added to the model obtained in the previous stage. According to these estimation results, in terms of development levels, the effect of temperature on agricultural value added is much higher than in countries with medium human development index, and human development index economies are less and progress in a positive direction.

Countries are developing various methods by themselves to minimize the negative impact of climate change on agricultural production and to adapt to this negative situation. For example, most countries in the world are developing various methods for themselves, such as preparing a greenhouse environment where a product that can grow in a certain season can grow in different seasonal conditions and ensuring the production of this product. In addition, ponds are created in certain places to be used for irrigation in case of drought that may occur in countries due to climate change, and contribution to agricultural production is made with the help of these ponds. These developed methods help countries to cope with the negative effects of agricultural production, and climate change, which plays an important role in the national economy. However, the methods developed by countries may not be sufficient to reduce the negative impact of climate on agricultural production. Therefore, it should be tried to achieve the necessary adaptation to climate change by considering the levels of differences between countries. All these results show that the effect of climate on agricultural value added differs in the context of regional and development levels of countries. At the present point, the policies to be implemented taking into account these differences will facilitate the adaptation of countries to this process and will guide countries in minimizing the negative effects of this process. Especially the differences in the level of development of countries, each step to be taken is important for countries.

Kaynakça

1. Abegg, B., & Froesch, R. (1994). Climate Change and Winter Tourism: Impact on Transport Companies in the Swiss Canton of Graubünden. 328-340.
2. Adams, R. (1989). Global Climate Change and Agriculture: An Economic Perspective., Am. J. Agric. Econ. 71(5), 1272-1279.
3. Adams, R., Hurd, B., Lenhart, S., & Leary, N. (1998). Effects of Global Climate Change on Agriculture: an interpretative review. *Climate Research Clim Res*, 11, 19-30.
4. Adams, R., Glycer, J., McCarl, B., & Dudek, D. (1988). The Implications of Global Change for Western Agriculture. 13, 348-356.
5. Başıoğlu, A., Telatar, O. (2013). İklim Değişikliğinin Etkileri: Tarım Sektörü Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 6, 7-25.
6. Bayraç, H., & Doğan, E. (2016). Türkiye'de İklim Değişikliğinin Tarım Sektörü Üzerine Etkileri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. 11(1), 23-48.

7. Breusch, T., & Pagan, A. (1980). The Lagrange Multiplier Test and its Applications to Model Specification in Econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.
8. Brooks, C. (2014). Panel Data. *Introductory Econometrics for Finance* (3 b.). içinde www.cambridge.org adresinden alındı
9. Brown, C., Meeks, R., Ghile, Y., & Hunu, K. (2010). An Ampirical Analysis of the Effects of Climate Variables on National Level Economic Growth. World Bank's World Development Report 2010: Policy Research Working Paper 5357.
10. Clark, T., & Linzer, D. (2012). Should I Use Fixed or Random Effects?
11. Dell, M., Jones, B.F., & Olken, B. (2012). Temperature Shocks and Economic Growth: Evidence from the Last Half Century. *American Economic Journal*. 4(3), 66-95.
12. Dumrul, Y., & Kilicarslan, Z. (2017). Economic Impacts of Climate Change on Agriculture: Empirical Evidence from ARDL Approach for Turkey. *Journal of Business, Economics and Finance*, 6(4), 336-347.
13. Easterling, W., Crosson, P., Rosenberg, N., McKenny, M., Katz, L., & Lemon, K. (1993). ĞPaper 2. Agricultural Impacts of and Responses to Climate Change in the Missouri-IovanebraskaKansas(MINK) Region. *Clim Change*, 24, 23-61.
14. Eren, M. (2020). Nüfus Artışı ile Kalkınma Arasındaki İlişki: Sahra-Altı Afrika Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir AnalizThe Relationship Between Population Growth and Development An Empiric. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*(27), 141-158. doi:10.18092/ulikidince.586948
15. FAOSTAT (2022) (Food and Agriculture Organization, Rome).
16. Frankhauser, S., & Richard, S. (2005). On Climate Change and Economic Growth. *Resource and Energy Economics*, 27(1), 1-17. doi:10.1016/j.reseneeco.2004.03.003
17. Guloglu, B., & Ivrendi, M. (2010). Output Fluctuations: Transitory or Permanent? The Case of Latin America. *Applied Economics Letters*, 17(4), 381-386. doi:10.1080/13504850701735880
18. Harrison, S., Winterbottom, S., & Sheppard, C. (1999). The Potential Effects of Climate Change on the Scottish Tourist Industry. 20, 203-211.
19. Hayaloğlu, P. (2018). İklim Değişikliğinin Tarım Sektörü ve Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri. *GÜSBEEED, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 9(25).
20. Hein, L., Metzger, M., & Moreno, A. (2009). Potential Impacts of Climate Change on Tourism; a case study for Spain. doi:10.1016/j.cosust.2009.10.011
21. Hsiao, C. (2007). Panel Data Analysis-Advantages and Challenges. 16, 1-22. doi:10.1007/s11749-007-0046-x
22. Hurd, B., Callaway, M., Smith, J., & Kirshen, P. (1999). Economic Effects of Climate Change on US Water Resourch', in R. Mendelsohn and J. Neumann (eds), *The Economic Impact of Climate Change on the United States Economy*, Cambridge.
23. Iverson, L., & Prasad, A. (1998). Predicting Abundance of 80 tree Species Following Climate Change in the Eastern United States. *Ecological Monographs*, 68, 465-485.
24. Joyce, L., Mills, J., Heath, L., McGuire, A., Haynes, R., & Birdsey, R. (1995). Forest Sector Impacts from Changes in Forest Productivity under Climate Change. *Journal of Biogeography*, 22, 703-713.
25. Karlsson, S., & Mantalos, P. (2014). The Accuracy of the Hausman Test in Panel Data: A monte Carlo Study.
26. Keenan, R. (2015). Climate Change Impacts and Adaptation in Forest Management: a review. *Annals of Forest Science*, 72, 145-167. doi:10.1007/s13595-014-0446-5
27. Kennedy, P. (2003). *Guide to Econometrics*.
28. Khaine, L., & Woo, S. (2015). An Overview of Interrelationship Between Climate Change and Forest. *Forest Science and Technology*, 11(1), 11-18. doi:10.1080/21580103.2014.932718
29. Kirilenko, A., & Sedjo, R. (2007). Climate Change Impacts on Forestry. 104(50), 19697-19702.
30. Köksel, B., & Yılmaz, H. (2021). Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Farklı Gelire Sahip Ülkeler Grubu Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Life Economics*, 8(2), 157-171. doi:https://doi.org/10.15637/jlecon.8.2.02
31. König, U., & Abegg, B. (1997). Impacts of Climate Change on Tourism in the Swiss Alps. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 46-58.
32. König, U. (1998). Tourism in a Warmer World: Implications of Climate Change due to Enhanced Greenhouse Effect for the Ski Industry in the Australian Alps. 28.
33. Madden, R., & Ramanathan, V. (1980). Detecting Climate Change due to Increasing Carbon Dioxide. 763-768.
34. Matthews, J., Möller, V., Diemen, R., Fuglestedt, J., Masson-Delmotte, V., Mendez, C., & Reisinger, A. (2021). Annex VII Glossary. 2215-2256. doi:10.1017/9781009157896.022.
35. McGuigan, C., Reynolds, R., & Wiedmer, D. (2002). Poverty and Climate Change: Assessing Impacts in Developing Countries and the Initiatives of the International Community.
36. Mendelsohn, R. (2008). The Impact of Climate Change on Agriculture in Developing Countries. *Journal of Natural Resources Policy Research*, 1(1), 5-19.
37. Mendelsohn, R., & Neumann, J. (1999). The Impact of Climate Change on the United States Economy .
38. Mendelsohn, R., Dinar, A., & Williams, L. (2006). The Distributional Impact of Climate Change on Rich and Poor Countries. *Environment and Development Economics*, 11, 159-178. doi:10.1017/S1355770x05002755
39. Menyah, K., Nazlioglu, S., & Wolde-Rufael, Y. (2014). Financial Development, Trade Openness and Economic Growth in African Countries: New Insights from a Panel Causality Approach. *Economic Modelling*, 37, 386-394.
40. Mercan, M. (2014). Feldstein-Horioka Hipotezinin AB-15 ve Türkiye Ekonomisi için Sınanması: Yatay Kesit Bağımlılığı Altında Yapısal Kırılmalı Dinamik Panel Veri Analizi. *Ege Akademik Bakış*, 14(2), 231-245.
41. Mitchell Jr, J. (1970). A Preliminary Evaluation of Atmospheric Pollution as a Cause of the Global Temperature Fluctuation of the past century. 139-155.
42. Molua, E., & Lambi, C. (2007). The Economic Impact of Climate Change on Agriculture in Cameroon.
43. Mount, T., & Li, Z. (1994). Estimating the Effects of Climate Change on Grain Yield and Production in the US . *USDA Economic Research Services*.
44. Nordhaus, W. (1976). *Economic Growth and Climate. The carbon dioxide problem . Cowles Foundation Discussion Papers*.
45. Ozor, N. (2017). The Impact of Climate Change on the Nigerian Economy. *International Journal of Energy Economics and Policy* 7(2), 217-223.
46. Paryy, M. (1990). *Climate Change and World Agriculture*. London.
47. Perez-Garcia, J., Joyce, I., Binkley, C., & McGuire, A. (1997). Economic Impacts of Climate Change on the Global Forest Sector: An Integrated Ecological Economic Assesment. 123-138.
48. Peseran, M. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels . *Discussion Paper Series*.
49. Peseran, M. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross-Section Dependence. *Journal of Applied*

- Econometrics*, 22, 265-312. doi:10.1111/j.1368-423X.2007.00227.x
50. Peseran, M., Ullah, A., & Yamagata, T. (2008). A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence. *The Econometrics Journal*, 11, 105-127. doi:10.1111/j.1368-423X.2007.00227.x
51. Rayamajhi, S. (2012). Linkage Between Tourism and Climate Change: A Study of the Perceptions of Stakeholders along the Annapurna Trekking Trail. *Nepal Tourism and Development Review*, 2(1).
52. Roson, R., & Mensbrugghe, D. (2010). Climate Change and Economic Growth: Impacts and Interactions. *DRAFT*.
53. Sayyan, H. (2000). Dinamik Panel Veri Modelleri ve OECD Ülkeleri Para Talebi Uygulaması. İstanbul.
54. Shugart, H., Sedjo, R., & Sohngen, B. (2003). Forests and Global Climate Change: Potential Impacts on U.S. Forest Resources (Pew Center on Global Climate Change, Arlington, VA).
55. Stern, N. (2007). The Stern Review looks at the Economics of Climate Change. *IAEA BULLETIN*, 48(2).
56. Taylor, M., & Sarno, L. (1998). The Behavior of Real Exchange Rates During the Post Bretton Woods Period. *Journal of International Economics*, 46(1998), 281-312. doi:10.1016/S022-1996(97)00054-8
57. Thurlow, J., Zhu, T., & Diao, X. (2009). *The Impact of Climate Variability and Change on Economic Growth and Poverty in Zambia*. <https://www.researchgate.net/publication/46442136> adresinden alındı
58. Türkeş, M. (2008). Küresel İklim Değişikliği Nedir? Temel Kavramlar, Nedenleri, Gözlenen ve Öngörülen Değişiklikler. *İklim Değişikliği ve Çevre*, 1, 26-37.
59. Uluyol, O., & Türk, V. (2013). Finansal Rasyoların Firma Değerine Etkisi: Borsa İstanbul (BİST)'da Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, XV(II).
60. UNDP. (2018). Human Development Indices and Indicators 2018 Statistical Update: <http://hdr.undp.org> adresinden alındı
61. UNDP. (2020). Human Development Report : <http://hdr.undp.org> adresinden alındı
62. Urban, D., & Shugart, H. (1989). Forest Response to Climate Change: A Simulation Study for Southeastern Forests. 3-1 to 3-45.
63. Winters, P., Murgai, R., Sadoulet, E., & Janvry, d. (1996). Climate Change, Agriculture, and Developing Economies.
64. *Worldbank*. (2022). <http://www.worldbank.org> adresinden alındı
65. Yalçınkaya, Ö. (2016). G-20 Ülkelerinde Satın Ama Gücü Paritesi Teorisinin Geçerliliği: Panel Birim Kök Testinden Kanıtlar(1994:Q1-2015:Q4). *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5, 145-162.
66. Yılmaz, M. (2008). Gelişmekte olan Ülkelerde Doğrudan Yabancı Yatırımlar- Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi.



Examination of Individual Factors Affecting Organizational Commitment Through Healthcare Workers

Sema Aydın^{1-a*}, Osman Alacahan^{1-a*}

¹Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, Sivas, Türkiye.

²Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Sivas, Türkiye.

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 27.01.2023
Accepted: 20.03.2023

Acknowledgment

This study is produced from the master's thesis titled "Investigation of the effects of excessive workload on the organizational commitment of health care professionals in the Covid-19 process (Sivas Central District example)". This thesis was prepared by Sema AYDIN under the consultancy of Assoc. Prof. Osman ALACAHAN.

ABSTRACT

One of the main factors affecting employee satisfaction, remaining within organizational life, and being productive in their work is the phenomenon of organizational commitment. The concept of organizational commitment, which entered the literature in the 1950s, is a determinant of many attitudes of employees towards their work and organization. The factors affecting employee organizational commitment are generally classified under two main headings: environmental factors related to work and the organization, and individual factors related to the employee. The role of individual factors in the realization of organizational commitment, which has a decisive effect on the organization and employee's goals, has received little attention in the literature compared to organizational factors. The state of commitment, which is shaped by individual factors and underpins the understanding of employees' attitudes and behaviors within the organization, is an important phenomenon that affects employees' desire to stay in the organization, their job retention rates, job satisfaction, and turnover rates (Sürücü & Maşlakçı, 2018). Determining the organizational commitment of healthcare workers and the role of individual factors affecting this commitment will yield important results for both employees and the industry, as healthcare operates in the field of human and public health. The study utilized a quantitative research method and the Organizational Commitment Scale developed by Allen and Meyer, as well as a survey form to determine individual variables of employees, to obtain data from the field. The study's population sample consisted of 346 healthcare personnel serving in three hospitals in the central district of Sivas. The obtained data were analyzed using t-tests and ANOVA tests in the SPSS 25 program. As a result of the study, a significant and positive relationship was found between individual variables and all dimensions of organizational commitment. However, contrary to expectations, participants' levels of continuance commitment were found to be higher than emotional and normative commitment levels. It is believed that the effect of conducting field research during the COVID-19 pandemic, which is a risky period for employees, has played a role in this result. In addition, it was found that the organizational commitment rates of male participants, those between the ages of 18-25, single individuals, those with graduate education, and those with 21-25 years of seniority were higher than others. It is thought that the findings will contribute theoretically to the literature in the field and sectoral practices.

Keywords: Organizational Commitment, Healthcare Sector, Individual Variable, Healthcare Worker, t-test.
JEL Codes: J22, J81

Örgütsel Bağlılığa Etki Eden Bireysel Faktörlerin Sağlık Çalışanları Üzerinden İncelenmesi

Süreç

Geliş: 27.01.2023
Kabul: 20.03.2023

Bilgi:

Bu çalışma, Sema Aydın tarafından Doç. Dr. Osman Alacahan danışmanlığında yürütülen "Covid-19 Sürecinde Aşırı İş Yükünün Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerine Etkilerinin İncelenmesi (Sivas Merkez İlçe Örneği)" başlıklı yüksek lisans Tez'inden türetilmiştir.

Licence



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

Öz

Çalışanın işe karşı memnuniyetinde, örgütsel yaşam içinde kalma ve verimli olmasında en önemli faktörlerden biri de örgütsel bağlılık olgusudur. 1950'li yıllarda literatüre giren Örgütsel Bağlılık kavramı çalışanların işe ve örgüte yönelik birçok tutumunun belirleyicisi olan bir değişkendir. Çalışanın örgütsel bağlılığına etki eden faktörler genel olarak iki başlık altında toplanmaktadır. Birincisi iş ve örgüte ait çevresel faktörler, diğeri çalışana ait bireysel faktörlerdir. Örgütün ve çalışanın amacına ulaşmasında belirleyici bir etkiye sahip olan örgütsel bağlılık olgusunun gerçekleşmesinde bireysel faktörlerin rolü örgütsel faktörlere göre alan yazında çok az inceleme alanı bulmuştur. Çalışanların örgüt içindeki tutum ve davranışlarını anlamaya kaynaklık eden ve bireysel faktörlerle şekillenen bağlılık durumu, iş görenlerin örgütte kalma arzularını, işe devam etme oranlarını, iş doyumlarını ve işten ayrılma hızlarını da etkileyen önemli bir olgudur (Sürücü & Maşlakçı, 2018). Faaliyet alanı insan ve toplum sağlığı olan sağlık sektöründe çalışanların örgütsel bağlılıkları ve bu bağlılığa etki eden bireysel faktörlerin rolünün belirlenmesi hem çalışanlar hem de sektör için önemli sonuçlar üretecektir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve alandan veri elde etmek üzere Allen ve Meyer'in geliştirdiği Örgüte Bağlılık Ölçeği ve çalışanlara ait bireysel değişkenleri belirlemek için anket formu kullanılmıştır. Çalışmanın evren örnekleme, Sivas Merkez İlçede 3 hastanede görev yapan 346 sağlık personelinde olmaktadır. Elde edilen veriler SPSS 25 programında t testi ve ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda bireysel değişkenler ile örgütsel bağlılığın tüm boyutları arasında anlamlı ve olumlu yönde bir ilişki belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların beklenenin aksine devam bağlılığı düzeyi duygusal ve normatif bağlılık düzeylerinden yüksek bulunmuştur. Bu sonuçta alan araştırmasının çalışanlar için riskli bir dönem olan COVID-19 pandemisi sürecinde yapılmasının etkisi olduğu düşünülmektedir. Ayrıca katılımcılardan erkeklerin, 18-25 yaş aralığında olanların, bekârların, lisansüstü eğitime sahip olanların ve 21-25 yıl kıdemli olanların örgütsel bağlılık oranları diğerlerine göre yüksek bulunmuştur. Bulguların teorik olarak alan yazına ve sektörel uygulamalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Bağlılık, Sağlık Sektörü, Bireysel Değişken, Sağlık Çalışanı, t testi
JEL Kodları: J22, J81

sema-aydn@outlook.com

<https://orcid.org/0000-0003-1516-9557>

alacahan@cumhuriyet.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-8715-5325>

How to Cite: Aydın Sema, Alacahan Osman (2023) Examination of Individual Factors Affecting Organizational Commitment Through Healthcare Workers, *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 24 (2):241-256.

Giriş

Örgütsel bağlılık, çalışanların işlerine olan bağlılıkları, kuruluşa olan bağlılıkları ve işe karşı hissettikleri memnuniyeti ifade eder. Çalışanın örgütsel yaşam içinde kalma ve verimli olmasında en önemli olgulardan biri de örgütsel bağlılık olgusudur. Örgütsel amaçlara ulaşmada da önemli bir yeri olan örgütsel bağlılık konusunda son yıllarda daha fazla çalışma yapıldığı görülmektedir. Örgütsel bağlılık hem örgütün hem de çalışanın amaç ve hedeflerine ulaşmalarında belirleyici bir değişken olarak ele alınmaktadır. Örgütsel bağlılığın etkilediği iş tatmini, işgücü devri, iş performansı ve verimlilik gibi olgular örgüt açısından olduğu kadar çalışan için de önem arz etmektedir (Kamaylar, Ye, & Dechachai, 2017). Çalışanın örgüte bağlılığı bireyin cinsiyeti, yaşı, aldığı eğitim gibi kişisel değişkenlerin yanı sıra örgüt içindeki konumu, iş yükü, kariyer gelişimi, örgütsel yönetim tarzı gibi örgüt ve iş temelli değişkenlerden etkilenmektedir. Çalışanın örgütsel bağlılığı tek boyutlu bir olgu olmayıp, bireysel ve örgütsel değişkenlerin etkisiyle kişiye göre farklı boyutlarda gerçekleşebilmektedir.

Bireyin örgüte bağlılık düzeyi hem onun psiko-sosyal yaşamı için hem de örgütsel faaliyetlerin sürdürülmesi noktasında önemli sonuçlar üretmektedir. Bireyin örgüte bağlılığı, onun performansını ve örgütün verimliliğini doğrudan etkileyen bir unsurdur. Bireyin örgüte bağlılığı yükseldikçe, performansı, iş tatmini ve verimliliği artmaktadır. Örgütsel bağlılığı düşük düzeyde olan bir çalışanın çalışma alanında daha az çaba sarf edeceği tahmin edilebilir. Çalışanın örgütsel bağlılığının yüksek olması durumunda, örgütün mal ve hizmet üretmekteki amacına daha az maliyetle ulaşacağı tahmin edilebilir.

Örgütsel bağlılık, çalışanların işlerine olan tutkusu ve sadakati ile ilgilidir. Bu tutku ve sadakat, çalışanların işlerinde başarılı olmalarını sağlayarak sorumluluk düzeyini ve verimliliğini yükseltir (Hau-siu Chow, 1994). Çalışanın güçlü sorumluluk duygusu ve artan motivasyonu kişinin performansını yükseltir. Yine örgütsel bağlılık, personel değişikliğinin azalmasına yardımcı olur. Yüksek bir bağlılık, çalışanların kuruluşlarında kalmalarını ve işe devamlılıklarını sağlar. Yüksek örgütsel bağlılık sonucu düşük düzeyde gerçekleşen işgücü devri ve işe devamsızlık, kuruluşun istikrarını artırır ve örgütün maliyetlerini azaltır (Bayram, 2005, s. 135). Yüksek bir bağlılık seviyesi, çalışanların işlerinde daha mutlu ve daha memnun olmalarını sağladığı için örgütün işletme performansının da artmasına kaynaklık eder (Duygulu & Abaan, 2007).

Örgütsel bağlılık çalışma hayatında yer alan her sektör için önemli bir olgu olarak değerlendirilmekte ve bu konuda çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Faaliyet alanı insan ve toplum sağlığı olan sağlık sektöründe, sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılığı, çalışan için olduğu kadar örgüt ve hizmet alanlar için de önemi sonuçlar üretme potansiyeline sahiptir. Sağlık çalışanları, insan ve toplum sağlığı için son derece önemli bir role üstlenen meslek elemanlarıdır. Sağlık çalışanları, hastaların sağlıklarını korumak ve tedavi etmek için çeşitli sağlık hizmetleri sunarlar. Bu hizmetler, hastalıkların önlenmesi, teşhis

edilmesi, tedavi edilmesi, iyileştirilmesi veya hastaların rahatlatılması gibi bir dizi işlemi içerebilir. Verilen sağlık hizmetleri sadece bireylerin sağlığını değil, aynı zamanda toplumun genel sağlığını da (salgın hastalıkların yayılmasını önlemek için aşılama kampanyaları gibi), koruyucu uygulamalardan oluşmaktadır.

Sağlık çalışanları ayrıca hastaların psikolojik ve duygusal ihtiyaçlarını da karşılarlar. Hasta bakımında duyarlılık göstermek, empati kurmak ve etik davranışları uygun olarak hizmet vermenin yanı sıra hizmetlerinin verimli ve hızlı bir şekilde sunulması da hayat kurtarıcı olabilir. Bunların yanı sıra, sağlık çalışanları hastalarına tıbbi müdahalede bulanabilmeleri için acil durumlarda kritik kararlar almak zorunda kalabilirler. Bu sebeple sağlık çalışanları, yüksek seviyelerde eğitim, deneyim ve mesleki bilgi birikimi gerektiren karmaşık bir görevi yerine getirmektedirler. Hizmet sektörünün önemli alanlarından olan sağlık sektöründe bu hizmetlerin olması gereken düzeyde gerçekleşebilmesinde çalışanın kişisel özellikleri örgütsel bağlılığın oluşmasında önemli bir değişkenlerdir. Sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılığı, bireye öncelikle iş tatmini sağlarken, sağlık kuruluşlarına da birçok noktada önemli faydaları sağlar. Öncelikle sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılığı, hasta memnuniyetini artırır. Çalışanların tutkusu ve sadakati, hastalar ve aileleriyle daha yakın bir ilişki kurmalarına ve onların ihtiyaçlarını daha iyi anlamalarına yardımcı olur ki bu durum hizmet alan kişilerde sağlık kuruluşuna karşı sadakat duygusu yaratır.

Çalışmada ilk olarak literatür taraması sonucunda örgütsel bağlılığın tanımına, önemine ve boyutlarına değinilmiştir. Sonrasında sağlık çalışanlarının bazı demografik nitelikleri ile örgüt bağlılık seviyelerinin istatistiksel analizi yapılmıştır. Tartışma ve Sonuç bölümünde elde edilen bulgular değerlendirilerek, çalışma gerçekleştirilen kesimle ilintili olarak saptanan problemlere ve önerilere yer verilmiştir. Saha çalışması COVID-19 pandemisi sürecinde yapılmıştır ve verilerin toplandığı örneklem Sivas Merkez İlçe bulunan hastane çalışanları ile sınırlıdır.

İnsan ve toplum sağlığı alanında hayati önemi olan hizmetlerin verildiği sağlık sektöründe, çalışanların örgütsel bağlılıklarının boyut ve yoğunluğu çalışana, hizmet alan kesimi ve örgütü değişik yönlerden etkilemektedir. Bu bağlamda çalışmadaki amaç örgütsel bağlılığa etki eden bireysel faktörlerin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktır.

Literatür Özeti

Örgütsel Bağlılık Kavramı

1950'li yıllarda literatüre giren Örgütsel Bağlılık kavramı çalışanların işe ve örgüte yönelik birçok tutumunun belirleyicisi olan bir değişkendir. Çalışanların örgüt içindeki tutum ve davranışlarını anlamayı kaynaklık eden bağlılık olgusu örgütte kalma arzularını, işe devam etme oranlarını, iş doyumlarını ve işten ayrılma hızlarını da etkileyen önemli bir faktördür (Sürücü & Maşlakçı, 2018).

İş görenlerin görevle ilintili tutumlarını içeren örgütsel bağlılık kavramının tanımı üzerine henüz bir uzlaşma sağlanmadığını ve farklı tanımlamalarının bulunduğunu söylemek mümkündür. Kavramın tanımı sosyal bilim alanında yapılan araştırmaların konusuna göre değişiklik göstermekle birlikte (Çöl, 2004) çok boyutlu bir olgu olduğu da genel kabul görmektedir. Kavramın çok boyutluluğunun tanımlamalara esas alındığı görülmektedir. Boyutlardan hareketle örgütsel bağlılık, çalışanın örgütün “amaç ve değerlerini benimseyerek” (Morrow, 1983), “üyeliğini sürdürme arzu ve niyeti” (Meyer & Allen, 1997), ve “çıkarların korunacağına olan güçlü inanç” (Zaccora & Dobbins, 1989) ile sergilediği psikolojik boyutta bir olgu (Çekmecioğlu, 2006; Becker, Billings, Eveleth, & Gibert, 1996) olarak tanımlandığı söylenebilir.

Örgütle özdeşleşmenin göstergesi olarak kabul edilen örgütsel bağlılık içeriğinde, iş görenin örgütsel amaç ve değerlere olan inancını, örgütü amacına ulaştırmaya yönelik fazladan çaba göstermesini ve örgüt üyeliğinin sürekliliğini sağlamaya yönelik arzu duymasını bulunmaktadır (Allen & Meyer, 1990; Nijhof vd., 1998; Eisenberg, Monge, & Miller, 1987; Doğan & Kılıç, 2007).

Konuyla ilgili olarak alanda yapılan bazı araştırmalarda örgütsel bağlılık “yalnızca patrona karşı sadakat şeklinde değil de, kurumun faydasının ve yüksek performansının sürmesine yönelik kuruma katılanların fikirlerini belirtip, gayret ettikleri zaman gerçekleşen” bir olgu olarak açıklanmaktadır. Bazı çalışmalarda ise “kurumun çalışandan istediği formal ve normatif beklentilerin ilerisinde, kişinin bu hedef ile belirli kıymetli şeylere karşılık tutumları” şeklinde izah edilmektedir (Bayram, 2005, s. 128).

Kavramın tanımlamasında kullanılan kriterlerden hareketle örgütsel bağlılığı iş görenin iş ve örgüte yönelik geliştirdiği olumlu biliş, duygu, düşünce olup bunları davranışlarıyla sürdürme arzusu olarak tanımlayabiliriz.

Örgütsel Bağlılık Yaklaşımları

Mowday vd. (1982) örgütsel bağlılık tanımlamalarında esas alınan olgulardan hareketle yapılan sınıflandırmaları, tutumsal bağlılık ve davranışsal bağlılık yaklaşımları başlığı altında toplamıştır. Yapılan sınıflandırmada tutum bağlılığı iş görenin iş yerine düşünsel ve duygusal boyutta sağladığı bağlılık olup, kendi değer, hedef ve amaçları ile örgütün değer, amaç ve hedeflerini uyumlaştırması sonucu sadakat temelinde bağlanma olarak tanımlanmıştır (Mottaz, 1989; Morris & Sherman, 1981). Davranışsal bağlılığı ise iş görenin iş yerinde çalıştığı süre içerisinde uyum ve bağlılık sağlamaya yönelik davranışları sonucu gerçekleşen bağlılık olarak değerlendirilmektedir (Meyer & Allen, 1997). Davranışsal bağlılık, örgütten çok örgüt içi davranışlara odaklanmaktadır (Sürücü & Maşlakçı, 2018). Literatürde Tutumsal ve Davranışsal bağlılıkla ilgili öne çıkan belli başlı yaklaşımlar bu çalışmada ana hatları ile ele alınmıştır. Tutumsal bağlılık yaklaşımları örgütsel davranışçıların benimsediği yaklaşımlar iken, Davranışsal bağlılık yaklaşımları sosyal psikologların tercih ettiği yaklaşımlardır.

Tutumsal Bağlılık Yaklaşımları:

Etzioni (1975) örgütsel bağlılığı üç boyutta ele almıştır. Birincisi çalışanın örgütsel norm ve değerleri içselleştirdiği ahlaki bağlılık, ikincisi çalışanın örgüte sağladığı katkı karşılığında elde ettiği ödül nedeniyle oluşan hesapçı bağlılık ve üçüncüsü ise çalışanın örgütte kalmak istememesine rağmen çeşitli zorunlulukları nedeniyle gerçekleşen yabancılaştırıcı bağlılıktır.

Katz ve Kahn (1977) örgütsel bağlılığın oluşumunu çalışanın örgüt içinde yerine getirdiği görevleri nedeniyle aldığı içsel ve dışsal ödüllerle açıklamaktadır (Doğan & Kılıç, 2007).

Weiner (1982) örgütsel bağlılığı normatif ve araçsal bağlılık olarak iki başlık altında ele almaktadır. Normatif bağlılıkta çalışan, örgütün çıkarlarını kendi çıkarlarına önceler ve örgüt lehine fedakârlık yapar. Araçsal bağlılık ise çalışanın normatif bağlılığın aksine kendi çıkarlarını temin etmeyi sürdürmek noktasındaki bağlılıktır (Balay, 2000, s. 20).

O'Reilly ve Chatman (1986) örgütsel bağlılığın uyum bağlılığı, özdeşleşme bağlılığı ve içselleştirme bağlılığı olarak üç şekilde gerçekleştiğini belirtir. Uyum bağlılığı, çalışanın örgütsel faaliyetleri yerine getirdiği süreç içerisinde kendi değerleri ile örgüt değerlerini aynileştirme ve örgüt amacı doğrultusunda davranış sergilenmesi şeklinde gerçekleşir. Özdeşleşme bağlılığı örgüt içinde diğer kişilerle tatmin edici bir ilişki kurarak onların değerlerini ile kendini özdeşleştirerek, örgütün bir parçası olmaktan gurur duyduğu bir bağlılıktır. İçselleştirme bağlılığı çalışanın kendi değerleri ile örgütün değerlerini eşitlediği, örgütsel kuralları içselleştirdiği ve örgütle kendini bütünleştirdiği bağlılıktır (Sürücü & Maşlakçı, 2018).

Argyris (1998) örgütsel bağlılığı içsel bağlılık ve dışsal bağlılık olarak sınıflandırmakta. İçsel bağlılık iş görenin iş yerinde yapılacak faaliyetleri yüksek sorumluluk bilinciyle ve gönüllü olarak örgütsel amaçlara uygun bir şekilde gerçekleştirmesidir. Dışsal bağlılık çalışanın örgüt yönetimi tarafından kendisine verilen ve uygulanmasında söz sahibi olmadığı görevleri yerine getirdiği bir durumda ortaya çıkan bağlılıktır.

Allen ve Meyer (1990)'in bağlılık sınıflandırması bağlılık üzerine yapılan çalışmalarda öncelikli tercih edilen bir yaklaşımdır. Allen ve Meyer (1990) Mowday vd. (1982)'in örgütsel bağlılığı tutumsal ve davranışsal olarak sınıflandırmasını esas alarak, davranışsal bağlılığını devam ve normatif bağlılık olarak ikiye ayırarak 3'lü bir bağlılık modeli oluşturmuşlardır.

Meyer ve Allen'in “3 tür bağlılık” modelinin birincisi olan *duygusal bağlılık* çalışanın örgüte sadakatle bağlanmasıdır. Bu bağlılıkta örgüt çalışan için örgüt çok fazla önem arz eder. Duygusal bağlılığı yüksek olan bireyler, “arzu etmeleri” halinde örgütte kalmaktadırlar. (Allen & Meyer, 1990, s. 1-18). Duygusal bağlılık, kişi ve kurumun bir anlamda özdeşleşmesi sonucunda meydana gelmektedir. Dolayısıyla kişi örgütle bir olmakta ve kurumun işlerine karşı bağlılığı fazlalaşmaktadır (Boylu vd., 2007, s. 51-74). Allen ve Meyer'e göre çalışanın duygusal bağlılığı bir dizi örgütsel faktör etkisiyle oluşmaktadır.

Çalışan için işin cazip olması, rol ve amacın açık olması, örgüt yönetimini önerilere ve çalışanın kararlara katılımına açık olması, yönetim ve çalışanlar arasında uyum olması, örgütsel güvenilirlik ve çalışanlar arasında eşitlik olması, çalışana önem verilmesi ve geri bildirim sistemimin işletilmesi gibi faktörler bağlılığa etki etmektedir. İkinci boyut olan *Devam bağlılığı*, bireyin gereksinimlerine odaklı bir sadakat türünü belirtmektedir. Bireylerin hizmet ettikleri yerde iş yerlerinin çekici bulunmaması, çeşitli görev imkânının olmaması veya farklı kurumların güzel imkân arz etmemesi iş görenlerin örgüte devam bağlılığına sevk etmektedir. Allen ve Mayer'e göre çalışanın devam bağlılığı göstermesine kendisinin geliştirdiği bazı olumsuz duygu ve düşünceler etki etmektedir. Bunlardan bazıları; Çalışanın örgütte kazandığı deneyim ve becerileri başka örgütlerde kullanamayacağı kaygısı, eğitiminin bulunduğu örgüt ve başka örgütlerde yetersiz kalacağı endişesi, örgütten ayrıldığında emeklilik primini alamayacağı düşüncesi, işten ayrılması durumunda daha iyi bir iş bulamayacağı düşüncesi gibi. Genel olarak, devam bağlılığında birey örgütte arzu ettiği için değil zorunlu şartlardan dolayı kalmaktadır. Keza bu bağlılık türünün görülme sebepleri arasında kazanımlarının kaybedilmesi riski de bulunmaktadır (Allen & Meyer, 1990). Yaklaşımın üçüncü türü olan *Normatif bağlılık*, çalışanın ahlaki değerleri, örgüte olan güveni ve örgütte kalmayı ve çalışmayı bir yükümlülük olarak değerlendirmesi ile oluşmaktadır. Normatif bağlılıkta örgütte bulunmanın çalışan için etik bir mecburiyet içermesi söz konusudur. Bu yönüyle iş ahlakı genel ahlaki değerlerle ilişkilidir. Örgütün çalışanın mesleki gelişimi ve motivasyonun artırmaya yönelik eğitim ve staj gibi programlara harcadığı kaynaklar çalışanda borçlu olma duygusu uyandıran ve normatif bağlılığını geliştiren örgütsel uygulamalardır. Normatif bağlılığı üst düzeyde bulunan kişilerin, örgütten ayrılmamalarına sebep olan inanç ve ahlaki değerleridir. Bu sebeple bireylerin bu değerleri koruduğu sürece örgüt bağlılığı devam etmektedir (Allen & Meyer, 1990).

Ele aldığımız tutumsal bağlılık sınıflamaları genel olarak psikolojik değişkenleri esas alan yaklaşımlar olup birbirine denk gelen faktörleri değişik isimlendirmeler altında topladıkları söylenebilir:

Allen ve Meyer (1990)'ın duygusal bağlılık olarak isimlendirdiği bağlılığı; Etzioni (1975) ahlaki bağlılık, Wiener (1982) normatif bağlılık, Mowday vd. (1982) tutumsal bağlılık, O'Reilly ve Chatman (1986) içselleştirme ve özdeşleşme bağlılığı, Argyris (1998) içsel bağlılık olarak isimlendirmişlerdir. Allen ve Meyer (1990)'ın devam bağlılığı olarak sınıflandırdığı bağlılığı; Etzioni (1975) hesapçı bağlılık, O'Reilly ve Chatman (1986) uyum bağlılığı olarak tanımladıkları söylenebilir. Yine Allen ve Meyer (1990)'ın normatif bağlılık olarak isimlendirdiği bağlılığı Mowday vd.(1982)'nin davranışsal bağlılığı içerisinde yer almaktadır (Sürücü & Maşlakçı, 2018).

Davranışsal Bağlılık Yaklaşımları:

Howard Becker (1960) Yan Bahis Yaklaşımında bağlılığı bireyin örgüt içinde aynı amaca hizmet eden davranışlarının toplamı olarak görür ve bunu tutarlı

davranış olarak tanımlar. Bireyin sergilediği davranışların arka planında davranışla pek de ilgisi bulunmayan yan bahislerin (zaman, çaba, statü, ek gelirler gibi) birikiminin olduğunu ve yan bahis unsurlarının kazanımı temin etmek için tutarlı davranışın sergilediği süreç içerisinde bu durumun davranış boyutunda bir bağlılık oluşturduğunu ifade eder.

Salancik (1977) davranışsal bağlılığın çalışanın örgütsel yapı içerisinde edindiği tecrübe ve deneyimi sonucu örgüte karşı geliştirdiği tutum ile sergilediği tekrarlı davranış arasındaki uyum sonucu oluştuğunu ifade eder. Burada önemli olan nokta tutum ve davranışların her ikisinin de olumlu nitelikte olmalarıdır. Birbiri ile çeliştiklerinde bağlılık oluşmayacak, örgüt içerisinde gerilim meydana gelecektir (İnce & Gül, 2005).

Örgütsel Bağlılık Belirleyicileri

Örgütsel bağlılık çalışanın motivasyonunu, performansını ve verimliliğini artıran bir olgu olması nedeniyle günümüz çalışma hayatında örgütlerce üzerinde önemle durulan bir kavramdır. Çalışanın yüksek düzeydeki örgütsel bağlılığı iş tatmini (Kamaylar, Ye, & Dechachai, 2017) artırırken iş gücü devrini de azaltmaktadır. Bu durum hem çalışana hem de örgüte çok yönlü kazanımlar sağlamaktadır.

İşlevselliğin gerçekleşmesinde önem arz eden faktörlerden olan bireyin örgütsel bağlılığı, kendisinden beklenen başarıyı gösterebilme perspektifinden oldukça değerli olmaktadır. Zira örgütsel bağlılığı düşük olan bireyin, iş ve ekip sadakati de minimum seviyede gerçekleşmektedir. Örgütsel bağlılık seviyesinin az bulunması, örgüt bünyesinde söylenti, itiraz ve şikâyet gibi bazı olumsuz davranışlarla karşı karşıya kalınmasına ve örgüt yönetiminin meşruluğunun sorgulanmasına sebep olmaktadır. Bu nedenlerle örgüte karşı duyulan güvenin kaybolması ve gelir kayıpları gibi riskli durumlar oluşabilmektedir (Bayram, 2005, s. 135). Örgütsel bağlılığın fazla görüldüğü kurumlarda; görev başarısı, kurumsal itimat, görev tatmini şeklindeki birtakım olumlu durumlar oldukça yüksek düzeyde gerçekleşirken, görevi bırakma düşüncesi, göreve gelmeme, işgücü devri gibi olumsuzluklar düşük düzeyde gözlemlenmektedir. Örgütsel bağlılığı üst seviyedeki bireyler işlevsel ve tatminkâr oldukları için kurumda oldukça az soruna ve kayba sebep olmaktadır (Demirel, 2009, s. 115-132). Sonuç olarak örgütsel bağlılığın sadece çalışanlar açısından değil örgütler açısından da son derece önemli olduğu söylenebilir.

Örgütsel bağlılığın belirleyici faktörlerini saptamak için birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Mowday vd (1982)bu belirleyicileri 4 kategoride olarak sınıflamışlardır: Kişisel Faktörler, İş ve rol faktörleri, İş tecrübesi ve ortam faktörleri, Örgütsel yapı faktörleridir. Keza alan yazında birçok yazar gibi Nijhof ve arkadaşları da (1998) bir model kullanılmaktadır Şekil 1'de verilen modelde de kişisel özellikler, iş özellikleri ve örgütsel özellikler olmak üzere üç belirleyici kategorize edilmiştir. Bu araştırmada bu model kullanılmıştır.



Şekil 1. Örgütsel Bağlılık Etki Modeli
Figure 1. Impact Model of Organisational Commitment

Kaynak: (Nijhof vd., 1998)

Kişisel Özellikler

Örgütsel bağlılık ile ilişkili olarak kişisel faktörler ve örgütsel bağlılık arasında kuvvetli ilişkiler bulunduğunu belirleyen çok sayıda araştırma mevcuttur. Söz konusu araştırmaların bazılarında kısaca değinilecektir.

Kişisel ya da demografik özellikler örgütsel bağlılıkla ilişkili görülen ve üzerinde çalışılan niteliklerdir. Örgütsel bağlılığın belirleyicileri olarak yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durum ve iş yerinde çalışma süresi gibi demografik özelliklerin yanı sıra çalışanın kişilik özellikleri ve iş beklentileri gibi olgularda kişisel faktörler olarak literatürde yer almaktadır.

Cinsiyet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda, kadınlar ile erkeklerin örgütsel bağlılık düzeyleri arasında farklılıklar bulunmuş ve bu nedenle ortak bir kanaate varılamamıştır. Bazı çalışmalarda erkeklerin bazı çalışmalarda ise kadınların örgütsel bağlılıkları yüksek bulunmuştur (Aven, Parker, & McEvoy, 1993; Becker H. S., 1960). Farklı sonuçların bulunmasının nedeni benimsenen kuramsal yaklaşımlardır. Alanda yapılan çalışmalarda cinsiyet modeli ve iş modeli kuramları öncelikli tercih edilenlerdir. Cinsiyet modeli teorisi esaslı birçok çalışma, erkeklerin kadınlardan daha fazla örgüte bağlılık gösterebileceklerini belirtmiş ve bu duruma iki neden gösterilmiştir. Birincisi, erkeklerin iş dünyasında daha fazla yer alması ve kadınlara göre daha iyi konumlarda çalışmaları; ikincisi ise kadınların erkeklere göre aile ve çocuklar ile ilgili daha fazla sorumluluk yüklenmeleridir (Yalçın & İplik, 2005, s. 399). İş modeli teorisinde ise; işin nitelikleri ve çalışma koşulları tüm çalışanlar için eşit olduğunda, kadın ve erkeklerin aynı istihdam koşullarında çalıştıkları kuruma aynı bağlılığı göstereceği ileri sürülmektedir (İnce & Gül, 2005, s. 62-63; Güçlü, 2006; Uygur, 2009, s. 55).

Medeni durum örgütsel bağlılık araştırmalarında ele alınan bir diğer önemli kişisel değişkendir. Uygur (2009, s. 25) evli ya da boşanmış kişilerin bilhassa kadınların kurumlarına çokça bağlı olduğunu düşünerek kurumlarından çıkmayı fazla pahalı bulduklarını, bunun dışında evli olmayan iş görenlerin kurumlarına minimum seviyede bağlılık duyduklarını ve çeşitli görev alternatiflerini pozitif bir şekilde değerlendirdiklerini belirtmiştir. Konuyla ilgili olarak bekâr olmayan iş görenlerin evli olmayanlara nazaran bağlılıklarının yüksek olmasının ailedeki yükümlülük bilincinden kaynaklandığı varsayılmaktadır. Evli veya bekâr olsun yakınlarına

bakmakla yükümlü olan çalışanların işten çıkmaları durumunda maddi kayıplarının fazla olacağı düşüncesiyle devam bağlılıklarının fazla olması beklenebilecektir (Güçlü, 2006).

Alanda yapılan bazı araştırmada (Lok & Crawford, 2004; Kwon & Banks, 2004; Rowden, 2000; Mowday vd., 1982; Kalbers & Cenker, 2007; Mathieu & Zajac, 1990; Aryee & Debrah, 1992) iş görenin **yaş** ile örgütsel bağlılığı arasında bir ilinti olduğunu bulgulanmıştır. Kurumda kıdem ve görev pozisyonu gibi değişkenler denetim altında tutulduğunda da yaşla ile örgütsel bağlılık arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir (Allen & Meyer, 1993). Angle ve Perry (1981) çalışanın yaşının ilerlemesi sürecinde farklı iş yerlerinde veya alanlarda istihdam edilme imkânı azalacağından işyerine daha fazla davranış boyutunda bağlı kalacağını belirtmektedirler (Meyer & Allen, 1997).

İş görenlerin örgütsel bağlılık seviyelerine etki ettiği varsayılan bir başka kişisel özelliğin iş görenlerin **öğrenim seviyelerindeki** değişikliklerdir. Öğrenim seviyesi ile örgütsel bağlılık çerçevesinde analiz edilen araştırmalarda genel olarak bu iki değişken arasında negatif bir korelasyon bulunduğu belirlenmiştir (Duygulu & Abaan, 2007). Çalışanın öğrenim seviyesi yükseldikçe, kurumun giderebileceğinden daha yüksek beklentilerinin ortaya çıkacağı ve eğitim seviyesi düşük olanlara göre daha çok alternatif işlere olası yönelme eğilimlerinin bu negatifliği oluşturduğu söylenebilir (Yalçın & İplik, 2005; Güçlü, 2006; Uygur, 2004).

Kıdem örgütsel bağlılığa etki eden bir diğer bireysel faktör olarak ele alınmaktadır. Çalışanın işyerindeki pozisyonu dışında tutulmak şartıyla kurum bünyesinde emek ve sarf edilen sürenin örgütsel bağlılığa etki ettiği söylenebilir. Kurumda çalışma süresi arttıkça, bağlılığın tüm alt boyutlarında bir artış yaşandığı sonucuna varılmıştır (Taşkaya, 2009). **Statü** ve kıdem ile örgütsel bağlılık arasında pozitif korelasyon bulan çalışmalar bulunmaktadır (Duygulu & Abaan, 2007). Fazla süreler hoşlanmadığı bir konumda devamlılık bağlılığı ile iş gören bir çalışan, uzun bir zaman sonunda istediği yüksek konuma ulaştırıldığında duygusal ve normatif bağlılığında bir yükseliş olabilmektedir. Fakat kurumda geçirilen bütün zamanla birlikte iş görenin hangi statüde olduğu da önemli olmaktadır (İnce & Gül, 2005, s. 66).

Kişilik özellikleri de örgütsel bağlılık yazınında az çalışılan faktörlerdir. Bununla birlikte bazı araştırmalarda

kişilik özellikleri (örneğin dışa dönüklük, içe dönüklük, negatif etki, empati gibi) ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır (Iverson & Buttigieg, 1999; Bozionelos, 2004). Erdheim ve arkadaşları (2006) tarafından gerçekleştirildiği çalışmada dışa dönüklük niteliğinin tutumsal, devam ve normatif bağlılıkla pozitif bir ilişki içerisinde bulunduğu neticesine varmışlardır.

Çalışanın **iş beklentilerinin** karşılanması örgütsel bağlılığı etkileyen önemli faktörlerden biridir. Biyopsikolojik ve sosyal bir varlık olan insanın varlığını koruması ve sürdürmesi için ihtiyaçlarını karşılaması gerekmektedir. İhtiyaçlar birey tutum ve davranışlarına yön vermektedir. Birey bu ihtiyaçlarını karşılayacağı beklentisi ile çalışma hayatına girer ve bir örgüte dahil olur. Yani birey örgütü ihtiyaçlarını, beklentilerini karşılamaya yardımcı olacak bir vasıta olarak düşünür. Örgüt ve birey bu noktada iki tür sözleşme gerçekleştirir. Bunlardan biri yazılı ve resmi iş sözleşmesidir. Bu sözleşme çalışma hayatında konulmuş yasal hükümleri içerir. İkinci sözleşme psikolojik sözleşmedir (İnce & Gül, 2005). Bu sözleşme yazılı olmayan, tarafların karşılıklı olarak sorumluluklarını yerine getirecekleri inanç ve beklentisiyle kurulan, olumlu düşünsel ve duygusal boyutta soyut nitelikli bir sözleşmedir. Sözleşmeler tarafların beklentilerini karşılamaya yönelik olup, gerekleri yerine getirildiği sürece geçerliliklerini korurlar. Bu bağlamda beklentileri giderilen bireyin örgüt içerisinde pozitif davranışlar gerçekleştireceği öngörülür (Meyer & Allen, 1997) ve örgütsel bağlılığı artırır.

Örgütsel Faktörler

Örgütsel bağlılığın belirleyicisi olarak yazında birçok örgütsel değişken mevcuttur. Çalışmamız kapsamında belli başlı değişkenler ele alınmıştır.

Mikro bazda bağlılıkla ilgili örgütsel faktörlerden önem arz eden unsurlardan ilki **ödüllerdir** (Duygulu & Abaan, 2007). Kişiler örgütten sağlayacakları ücret, kariyer imkânı ve örgütsel mükâfatlar elde etmek üzere örgüte katılırlar. Çalışan ile örgüt arasında karşılıklı bir kazanım edinme söz konusudur. Bireyler örgütsel gayeler için gösterdikleri fiziksel ve mental emeklerinin mükâfatlandırılmasını arzu ederler. Kurum da iş göreninden, fazla başarı göstermesini ve örgütsel normlarla uyumlu bir tutum içerisinde olmasını arzu eder. Karşılıklı kazanım sağlama ilişkisi kesilmediği sürece çalışanın örgüte bağlılığı ve örgütün de elemanı bünyesinde tutma süreci devam eder.

Yönetici davranışları ve yönetim şekli örgütsel bağlılığa etki eden en önemli örgütsel değişkendir. Yöneticilerin iş görenlerle anlaşması, rol modeli olmaları onların gereksinimlerine karşı hassasiyet göstermeleri, düşüncelerine değer vermeleri, cesaret vermeleri (Loke, 2001), iş görenlerin iş doyumunu arttıracak ve yöneticilerine karşı kendilerini borçlu hissetmelerine ve kuruma karşı bağlılık göstermelerine sebep olacaktır (Rowden, 1999).

Literatürde, çalışanların örgütsel bağlılıklarını sağlayan önemli unsurlardan bir diğeri örgütün bireye sağladığı görevde yükselme ve ilerlemedir (Baruch, 2006; Briscoe & Finkelstein, 2009). Örgüt tarafından iş görenlere sağlanan

kariyer olanakları ve örgütsel bağlılık arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Wallace (1995) kariyer olanakları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi uzman olan iş görenler perspektifinden ele alıp analiz etmiştir. Wallace'in perspektifinden uzmanlar seçmiş oldukları kariyer basamaklarında ilerleme beklentisindedirler. Bilhassa uzman kurumlarda (hukuk büroları, mimarlık büroları, sağlık merkezleri vb.) uzman personellere verilen kariyer imkânları, ihtisas alanlarına göre bir kariyeri ifade etmesi sebebiyle birey söz konusu aşamaları geçtikçe uzmanlık alanında da şahsi olarak ilerlemiş hissetmektedir. Örneğin hukuk dairelerinde iş gören bir avukata iş gördüğü daireye dâhil olma imkânının verilmesi onun uzmanlık alanında bir kariyer gelişimi sağladığına işaret eder (Nelson, 1988; Wallace, 1995).

Örgütsel bağlılığı oluşum ve güçlenmesine etki eden örgütsel faktörlerden bir diğeri iş görenin kurum içindeki **rolünün belirginliği**dir. Rol belirsizliği ve rol karmaşası örgütsel bağlılığa olumsuz yönde etki etmektedir. Rol belirsizliği bireyin kendisinden beklenen görev ve sergilemesi gereken davranışın ne(ler) olduğunu bilememesidir (Meyer & Allen, 1997) veya diğer bir ifade ile "kişinin rolü ile alakalı istenilenlerin manasını anlamada bilinmezliğe düşmesi" şeklinde açıklanabilir. Kısaca rol belirsizliği, çalışanın işletme bünyesindeki şahsi görevi ve otoritesi ile ilgili bir dayanağın olmaması halidir (Kalbers & Cenker, 2007).

Sağlık sektöründeki iş görenlerin, çoğunlukla rol çatışması ve rol belirsizliğine maruz kaldıkları görülmektedir. Bilhassa sayı olarak çok olan sağlık çalışanlarının bulunduğu kurumlarda görev çatışmaları ve rol belirsizlikleriyle daha fazla karşılaşmaktadır. Sağlık desteğinin verildiği hastaneler, kompleks bir düzenleme içerisinde. Söz konusu bu hal görev karmaşası ile görev bilinmezliği seviyelerinin artmasının sıklıkla gerçekleşmesine elverişli bir ortam oluşturmaktadır (Esatoğlu vd., 2004).

Örgütsel bağlılıkla ilişkilendirilen diğer değişkenler arasında **örgüt kültürü** (İnce & Gül, 2005), **örgütsel adalet** (Cihangiroğlu vd., 2010), **örgütün büyüklüğü** (İnce & Gül, 2005; Biber, 2010; Bakan, 2011), **örgütün yönetim tarzı** (Martin & Nicholls, 1987) sayılabilir.

İş veya Görev Özellikleri

Örgütsel bağlılıkla ilintili çok sayıda araştırmada örgütsel bağlılığa etki eden iş özelliklerinin başında çalışanın **otonomisi ve uzmanlaşması** gösterilmektedir. İş görenlerin işyerinde gerçekleştirdikleri işe ilişkin ne düzeyde kontrol yetkisine haiz olduklarını belirten otonomi ile örgütsel bağlılık arasında bir ilişki olduğu söylenmektedir (Wallace, 1995). Çalışanlara gerçekleştirdikleri işe ilişkin tanınan hareket etme özgürlüğü, işlerini planlama ve zamanlama yetkisi, gerçekleştirecekleri görevlerin içeriğini ve kapsamını belirleme hakkı ve işlerinin nasıl ve hangi metotlarla kullanarak yapabileceklerine ilişkin karar verme yetkisi otonominin genel hatlarını meydana getirmektedir. Wallace (1995), işletmede özerklik hangi düzeyde etkin bir biçimde gerçekleştirilebiliyorsa kurumsal bağlılığın da belirtilen düzeyde gerçekleşeceğini ileri sürmüştür. Aynı

şekilde güçlü bir uzmanlaşmayla örgütsel bağlılık arasında bir ilişki olduğu ileri sürülmektedir (Wallace, 1995). Uzman kurumlar ve uzmanlığı bulunmayan kurumlar perspektifinden örgütsel bağlılığı inceleyen Wallace, profesyonelleşme hususunda hukuk dairelerini model vermiştir. Aşırı uzmanlaşma sebebiyle bireylerin daha dar bir alanda faaliyette bulunmaya başladıklarını, daha az sorumluluk aldıklarını ve sınırlı türden görevleri yerine getirmeye yöneldikleri için aşırı uzmanlaşmanın örgütsel ve mesleki bağlılığı zayıflatıcı bir etkisi olduğunu belirtmiştir.

İş yükü çalışanın örgütsel bağlılığını doğrudan etkileyen bir değişkendir. Aşırı iş yükü, çalışan bireyin iş yapma kapasitesinin üstünde bir iş talebini ifade etmektedir. Keza çalışma süresine göre aşırı bir iş yoğunluğu olup talep edilen işin gerçekleştirilebilmesi için verilen zaman arasındaki uyumsuzluk olarak da ifade edilebilir (Gryna, 2004). İş yükünün aşırı olması veya gereğinden az olması iş stresine neden olmaktadır. Aykan vd.(2019)'nin yaptığı araştırmada iş stresi ile örgütsel bağlılığın normatif ve duygusal boyutları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Aşırı iş yükü ile örgütsel bağlılık arasında çoğu araştırmada negatif bir ilişki bulunmakla birlikte, gereğinden az iş yükü ile de negatif bir ilişki olduğunu bulgulayan çalışmalar da mevcuttur. Aşırı iş yükü durumunda, çalışanlar yoğun bir zaman baskı altında bulunmakta, fiziksel ve ruhsal olarak yorulmaktadırlar. Bu durum bireylerin ruhsal olarak etkilenmelerine, stres ve tükenmişlik (burnout) sendromu yaşamalarına sebep olmakta (Keser, 2015; Bozdoğan & Aslan, 2020). Öte yandan çalışana bilgi, beceri, yetenek ve mesleki yeterliliğine göre gereğinden az iş yükü verilmesi, kendini değersiz, nitelsiz ve gereksiz işle uğraştığı duygusunu hissettirecektir.

İş ve çalışma şartlarındaki ağırlık ve olumsuzluklar, sağlık personelinin çalışma hayatlarına olduğu kadar, sosyal hayatlarına da negatif yönde etki etmektedir. Söz konusu halde sağlık personelinin kurumda kalma arzuları düşmekte ve örgütsel bağlılıkları da azalmakta, işlerine ve iş yerlerine yönelik negatif tutum ve davranışlar sergilemelerine sebep olmaktadır. Sonuçta olumsuz iş koşulları, örgütsel bağlılığı azaltıcı ve çalışanın iş-özel yaşam dengesi bozucu bir niteliğe sahiptir (Bozdoğan & Aslan, 2020). Birey ve örgüt açısından ortaya çıkan bu olumsuz sonuçları ortadan kaldırmak için iş yüklerinin hafifletilmesi ve görev koşullarının düzenlenmesi önde gelen tedbirler olarak düşünülebilir. Örneğin esnek çalışma koşulları sunulan sağlık personellerinin işteki dikkat ve potansiyellerinin çok daha üst seviyeye çıkacağı ve örgüte devam etme hususundaki arzularında da artış olacağı beklenebilir (Barutçugil, 2016).

Araştırmanın Amacı ve Hipotezi

Sağlık sektörünün hizmet sektörü içerisinde önemli bir paya sahip olduğu bilinmektedir. Sektörde artan ağır çalışma şartlarının, çalışanları başta örgütsel bağlılıkları olmak üzere birçok yönden olumsuz etkilemesi dikkat edilmesi gereken bir unsurdur. Çalışmanın amacı bireysel faktörler ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir. Araştırmanın temel hipotezi; “Örgütsel bağlılık ile bireysel değişkenler arasında ilişki

bulunmaktadır.” şeklindedir. Alt hipotez ise “Bireysel değişkenlere göre örgütsel bağlılık boyutları farklılaşmaktadır” biçimindedir. Bireysel değişkenler ile örgütsel bağlılık arasında kurulan her bir hipotez ilgili değişkenin analizinde ele alınmıştır.

H₁: “Çalışanların örgütsel bağlılıkları cinsiyete göre farklılaşmaktadır.”

H₂: “Çalışanların örgütsel bağlılıkları yaş göre farklılaşmaktadır.”

H₃: “Çalışanların örgütsel bağlılıkları medeni duruma göre farklılaşmaktadır.”

H₄: “Çalışanların örgütsel bağlılıkları eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.”

H₅: “Çalışanların örgütsel bağlılıkları kıdeme göre farklılaşmaktadır.”

H₆: “Çalışanların örgütsel bağlılıkları kurumdaki göreve göre farklılaşmaktadır.”

H₇: “Çalışanların örgütsel bağlılıkları ile kronik hastalığın olmasına göre farklılaşmaktadır.”

A. Evren, Örneklem ve Yöntem,

Bu araştırma tanımlayıcı ve nicel nitelikte bir çalışmadır. Bu araştırmada anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmanın evren örneklemini Sivas Merkez İlçede bulunan bir üniversite, iki kamu ve bir özel hastanede görev yapan sağlık personeli oluşturmaktadır. Araştırmada 18 maddeden oluşan “Örgütsel Bağlılık Ölçeği” ve 9 maddeden oluşan “Demografik Değişkenler Formu” kullanılmıştır. Örneklemin seçtiği kurumlarda görev yapan çalışanlardan basit tesadüfi yöntemle 400 katılımcıya ölçme araçları ulaştırılmış ve bunlardan 346 adet (%87) form değerlendirmeye alınmıştır.

B. Örgütsel Bağlılık Ölçeği ve Demografik Değişkenler Formu

Çalışmada, Allen ve Meyer'in geliştirdiği Örgüte Bağlılık Ölçeği'nin Wasti tarafından yapılan Türkçe çevirisi kullanılmıştır. (Wasti, 2000, s. 401-410). Toplam 18 maddeden oluşan ölçek, duygusal, normatif ve devam bağlılığı olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Söz konusu boyutlara göre maddelerin dağılımı ise şu biçimdedir. 1,2,3,4,5,6'ncı maddeler duygusal bağlılığını, 7,8,9,10,11,12.'inci maddeler devam bağlılığını, 13,14,15,16,17,18'inci maddeler normatif bağlılığı ölçmektedir. Bununla birlikte ölçekte yer alan her bir ifadeye karşılık “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Pek Fazla Katılmıyorum”, “ Biraz Katılıyorum”, “Katılıyorum” ve “Tamamen Katılıyorum” şeklinde 6' lı Likert tipi ölçümleme kullanılmıştır. Demografik değişkenler formunda katılımcıların 9 adet sosyo-demografik değişkenlerini belirleyen (cinsiyet, eğitim durumu, yaş, medeni durum, görev, çalışma süresi, kronik hastalık, idari izin, fazla mesai) sorulara yer verilmiştir.

C. Verilerin Toplanması

Bu çalışmada kullanılan anketler toplam 400 sağlık personeline iletilmiş ve 346 geri dönüş olmuştur. Bu anketler örneklem grubundaki katılımcılara yüz yüze ve e-posta yolu iletilmiştir. Verilerin analizinde Merkezi Limit

Teoreminden hareketle, parametrik testler kullanılmıştır. Merkezi limit teoremine göre eğer veriler normal dağılmıyorsa, 30 veya daha fazla sayıda gözlem mevcutsa, parametrik testler kullanılabilir. Zira bu teoreme göre verilerin normal dağılım şartı söz konusu olmamaktadır. Aritmetik ortalamalar standart sapmadan daha düşük olsa dahi verilerin normal dağılıma sahip olduğu kabulü ile parametrik testler kullanılabilir. Bu çalışmada verilerin analizi SPSS 25 programı ile yapılmış, betimsel/tanımlayıcı istatistiksel analiz, güvenilirlik analizi ve merkezi limit teoremine dayanarak parametrik testlerden olan bağımsız gruplar için t- testi (independent samples t test), ANOVA testi analizi

yapılmıştır. Bulguların anlamlılıklar 0.05 düzeyinde sınırlanmış, diğer anlamlılık düzeyleri ayrıca belirtilmiş ve bulgular çalışmanın amacına uygun olarak Çizelgeler şeklinde gösterilmiştir.

Verilerin Analizi ve Bulgular

Örgüte Bağlılık Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Örgüte Bağlılık Ölçeğine dair hem tüm ölçeğe ait hem de alt boyutlara ait güvenilirlik katsayıları Çizelge 1 de gösterilmiştir. Bu analizde Cronbach Alfa Katsayısı kullanılmıştır. Sosyal bilimlerde belirtilen katsayının en az 0,70 olması gerekmektedir.

Çizelge 1. Ölçek Boyutlarının Ortalamaları ve Güvenilirlik Analizi

Table 1. Averages of Scale Dimensions and Reliability Analysis

Ölçek boyutları	Madde Sayısı	\bar{x}	SS	Cronbach Alpha
Duygusal Bağlılık	6	2,82	0,91	0,818
Devam Bağlılığı	6	3,44	1,28	0,815
Normatif Bağlılık	6	2,76	0,90	0,713
Örgüte Bağlılık Ölçeği	18	3,00	0,71	0,804

Çizelge 2. Demografik Niteliklere Göre Dağılım

Table 2. Distribution According to Demographic Characteristics

	DEĞİŞKEN	n	%	
Cinsiyet	Kadın	169	48,8	
	Erkek	177	51,2	
	Yaş	18-24	16	4,6
		25-31	90	26,0
		32-38	123	35,5
39-45		57	16,5	
Medeni durum	46-52	34	9,8	
	53-59	15	4,3	
	60+...	11	3,2	
	Evli	201	58,1	
Eğitim durumu	Bekar	145	41,9	
	Lise	23	6,6	
	Üniversite	246	71,1	
	Lisansüstü	6	1,7	
Kıdem	Doktora	31	9,0	
	Önlisans	40	11,6	
	0-5	100	28,9	
	6-10	134	38,7	
	11-15	74	21,4	
	16-20	18	5,2	
	21-25	15	4,3	
	26-30	3	,9	
Görev	31+....	2	,6	
	Doktor	140	40,5	
	Hemşire	88	25,4	
	Sekreter	35	10,1	
	Laborant	14	4,0	
	Hasta Bakıcı	18	5,2	
	Diğer(....)	51	14,7	
Kronik hastalık	Var	158	45,7	
	Yok	188	54,3	

Çizelge 3. Cinsiyete Göre Örgütsel Bağlılık Alt Boyutların Farklılığı**Table 3. The Difference of Organisational Commitment Sub-Dimensions According to Gender**

	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	t	p
Toplam	Kadın	169	2,6831	,74702	-9,061	,000
	Erkek	177	3,3173	,53176		
Duygusal	Kadın	169	2,7840	,95251	-744	,458
	Erkek	177	2,8569	,86925		
Devamlı	Kadın	169	2,6410	1,01965	-14,170	,000
	Erkek	177	4,1959	1,02090		
Normatif	Kadın	169	2,6243	,92600	-2,877	,000
	Erkek	177	2,8992	,84782		

Çizelge 4. Yaş ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi**Table 4. The Relationship Between Age and Organisational Commitment**

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kareler	F	Anlamlılık
Toplam	Gruplar Arası	18,524	6	3,087	6,551	,000
	Gruplar İçinde	159,768	339	,471		
	Toplam	178,292	345			
Duygusal	Gruplar Arası	18,262	6	3,044	3,856	,001
	Gruplar İçinde	267,605	339	,789		
	Toplam	285,866	345			
Devamlı	Gruplar Arası	51,109	6	8,518	5,596	,000
	Gruplar İçinde	515,992	339	1,522		
	Toplam	567,101	345			
Normatif	Gruplar Arası	13,604	6	2,267	2,917	,009
	Gruplar İçinde	263,500	339	,777		
	Toplam	277,103	345			

Çizelge 1'de görüldüğü üzere tüm alt ölçeklerin güvenilirliği sosyal bilimler için oldukça yüksek ve kabul edilir düzeydedir. Ölçeğin toplam güvenilirlik katsayısı 0,804 düzeyinde olduğu ve yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Ölçeğin Normatif Bağlılık boyutunun diğer bağlılık boyutlarına göre daha düşük olduğu (0,713) bulunmuştur. Özetle örgütsel bağlılığın tüm alt ölçeklerinin güvenilir oluşu araştırmada yapılan ölçmenin tutarlı sonuçlar vereceği beklentisini artırmaktadır. Ölçek boyutlarının toplam ortalaması 3,00, Duygusal bağlılık ortalaması 2,82, Devam bağlılığı ortalaması 3,44 ve Normatif bağlılık ortalaması 2,76 olarak bulunmuştur.

Sosyo-Demografik ve Kişisel Özellikler

Katılımcıların kişisel (demografik) özelliklerine ait değerleri Çizelge 2'de yer almaktadır. Katılımcıların demografik özelliklerine ait bu değerlerin tespitinde betimsel istatistik (descriptive statistics) kullanılmıştır.

Katılımcı 346 bireyin %48.8'i (169 kişi) kadın, %51.2'si (177 kişi) erkektir. Katılımcıların %4.6'sı (16 kişi) 18-24 yaş, %26.0'ı (90 kişi), 25-31 yaş, %35.5 i (123 kişi) 32-38 yaş, %16.5'i (57 kişi) 39-45 yaş, %9.8'i (34 kişi) 46-52 yaş, %4.3 'ü (15 kişi) 53-59 yaş, %3.2' si (11 kişi) 60 yaş aralığında oldukları bulunmuştur.

Katılımcıların 201 kişi (%58.1) evli, 145 kişi (%41.9) bekârdır. Katılımcıların % 6.6'sı (23 kişi) lise, %71.1'i (246 kişi) üniversite, %1.7'si (6 kişi) lisansüstü, %9.0'ı (31 kişi) doktora, %11.6'sı (40 kişi) ön lisans mezunudur.

Katılımcıların %28.9'u (100 kişi) 0-5 yıl, %38.7'si (100 kişi) 6-10 yıl, %21.4'ü (74 kişi) 11-15 yıl, %5.2'si (18 kişi) 16-20 yıl, %4.3'ü (15 kişi) 21-25 yıl, % 9'u (3 kişi) 26-30 yıl, %6'sı (2 kişi) 31 + yıldır çalışmaktadır. Katılımcıların %40.5'inin (140 kişi) doktorlardan, %25.4'ünün (88 kişi) hemşirelerden, %10.1'inin (35 kişi) sekreterlerden, %4.0'inin (14 kişi) laborantlardan, %5.2'sinin (18 kişi) hasta bakıcılardan, %14.7'sinin (51 kişi) diğer görevlerde oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların 346 kişiden 158 kişinin (%45.7) kronik hastalığı bulunmakta iken, 188 kişinin (%54.3) kronik hastalığı bulunmamaktadır (Çizelge 2).

Cinsiyet Değişkenine göre Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutlarının Analizi:

Katılımcıların cinsiyetlerine göre örgütsel bağlılık ve bağlılık alt boyutları arasındaki farklılıklar tespiti için t-testi (independent samples t- test) uygulanmıştır.

Analiz sonucunda örgütsel bağlılığın toplam anlamlılık değeri (p=,000) olduğu için kadın ve erkekler arasında örgüte bağlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş olup H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Erkek çalışanların örgütsel bağlılık ortalamalarının (3,31) kadın çalışanların örgütsel bağlılık ortalamalarından (2,68) daha yüksek olduğu görülmektedir. Keza bağlılık alt boyutlarından devam ve normatif bağlılığın anlamlılık değeri (p=,000) olduğu için kadın ve erkek arasında belirtilen bu farklılıklar için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Çizelge 3'de erkek çalışanların

devamlı bağlılık ortalaması (4,19) ve normatif bağlılık (2,89) ortalamalarının kadın çalışanların ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir. Fakat duygusal bağlılıkta anlamlılık değeri güvenilirlik düzeyine ($p>0,05$) göre kadın ve erkek arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Yaş Değişkeni Açısından Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutlarının Analizi

Katılımcıların yaş aralıklarına göre örgütsel bağlılık ve alt boyutları arasındaki farklılık tespiti için ANOVA testi uygulanmıştır (Çizelge 4). Analiz sonuçlarına göre örgütsel bağlılığın toplam ve tüm alt boyutlarında anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için yaş grupları arasında bu bağlılıklar için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğunu belirlenmiş ve bu değişken için kurulan H_2 hipotezi "Örgütsel bağlılık yaşa göre farklılaşmaktadır" kabul edilmiştir. Yapılan Post Hoc Tukey testi sonucuna göre 3,61 ortalama değeriyle toplam örgütsel bağlılığın en yüksek olduğu yaş aralığının 18-25 olduğu bulunmuştur.

Medeni Durum Değişkeni Açısından Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutlarının Analizi

Katılımcıların medeni durumlarına göre örgütsel bağlılık ve bağlılığın alt boyutları belirlemek için t- testi (independent samples t- test) uygulanmıştır.

Analiz sonuçlarına göre örgütsel bağlılığın toplam ve tüm alt boyutları katılımcıların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstereceği H_3 hipotezi kabul edilmiştir ($p<0,05$).

Bekâr çalışanların örgütsel bağlılık ortalamalarının (3.29) evli çalışanların ortalamalarından (2.79) daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çizelge 5).

Öğrenim Durumuna göre Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutlarının Analizi

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre örgütsel bağlılık ve alt boyutları arasındaki farklılığın belirlenmesi için ANOVA testi uygulanmıştır (Çizelge 6).

Çizelge 6 sonuçlarına göre örgütsel bağlılığın toplam ve tüm alt boyutlarında anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için eğitim düzeylerine göre bağlılıkların farklılaşacağı H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Hangi düzeydeki eğitim seviyesinin en yüksek örgütsel bağlılığa sahip olduğunu belirlemek için yapılan Post Hoc Tukey testi sonucuna göre 3,62 ortalama değeriyle lisansüstü eğitim seviyesi olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 5. Medeni Durum ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi

Table 5. The Relationship Between Marital Status And Organisational Commitment

	Medeni Durumu	N	Ort.	Ss	t	p
Toplam	Evli	201	2,7999	,71654	-6,882	,000
	Bekar	145	3,2954	,61788		
Duygusal	Evli	201	2,5597	,65788	-6,203	,000
	Bekar	145	3,1839	1,07524		
Devamlı	Evli	201	3,2289	1,36885	-3,739	,000
	Bekar	145	3,7241	1,09191		
Normatif	Evli	201	2,6111	,81229	-3,729	,000
	Bekar	145	2,9782	,96390		

Çizelge 5. Eğitim Düzeyi ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi

Table 6. The Relationship Between Level of Education and Organisational Commitment

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kareler	F	Anlamlılık
Toplam	Gruplar Arası	7,200	4	1,800	3,587	,007
	Gruplar İçinde	171,092	341	,502		
	Toplam	178,292	345			
Duygusal	Gruplar Arası	14,386	4	3,596	4,517	,001
	Gruplar İçinde	271,481	341	,796		
	Toplam	285,866	345			
Devamlı	Gruplar Arası	43,529	4	10,882	7,087	,000
	Gruplar İçinde	523,573	341	1,535		
	Toplam	567,101	345			
Normatif	Gruplar Arası	15,143	4	3,786	4,928	,001
	Gruplar İçinde	261,960	341	,768		
	Toplam	277,103	345			

Çizelge 6. Kıdem ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi**Table 7.** The Relationship Between Seniority and Organisational Commitment

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kareler	F	Anlamlılık
Toplam	Gruplar Arası	4,628	6	,771		
	Gruplar İçinde	173,664	339	,512	1,506	,175
	Toplam	178,292	345			
Duygusal	Gruplar Arası	20,596	6	3,433		
	Gruplar İçinde	265,270	339	,783	4,387	,000
	Toplam	285,866	345			
Devamlı	Gruplar Arası	5,761	6	,960		
	Gruplar İçinde	561,340	339	1,656	,580	,746
	Toplam	567,101	345			
Normatif	Gruplar Arası	7,948	6	1,325		
	Gruplar İçinde	269,156	339	,794	1,668	,128
	Toplam	277,103	345			

Çizelge 8. Görev Pozisyonu ile Örgütsel Bağlılığı İlişkisi**Table 8.** The Relationship Between Job Position and Organisational Commitment

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kareler	F	Anlamlılık
Toplam	Gruplar Arası	14,914	5	2,983		
	Gruplar İçinde	163,378	340	0,481	6,207	,000
	Toplam	178,292	345			
Duygusal	Gruplar Arası	33,661	5	6,732		
	Gruplar İçinde	252,205	340	,742	9,076	,000
	Toplam	285,866	345			
Devamlı	Gruplar Arası	166,064	5	33,213		
	Gruplar İçinde	401,037	340	1,180	28,158	,000
	Toplam	567,101	345			
Normatif	Gruplar Arası	9,790	5	1,958		
	Gruplar İçinde	267,313	340	,786	2,491	,031
	Toplam	277,103	345			

Çizelge 9. Kronik Hastalık ve Örgütsel Bağlılığı İlişkisi**Table 9.** The Relationship Between Chronic Disease and Organisational Commitment

	Kronik Hastalık	N	Ort.	Ss	t	p
Toplam	Var	158	2,5823	,69081	-11,713	,000
	Yok	188	3,3650	,52110		
Duygusal Bağlılık	Var	158	2,3323	,51533	-11,038	,000
	Yok	188	3,2323	,96637		
Devam Bağlılığı	Var	158	3,1192	1,48120	-4,193	,000
	Yok	188	3,7030	1,01694		
Normatif Bağlılık	Var	158	2,2954	,67377	-10,401	,000
	Yok	188	3,1596	,87053		

Kıdem Değişkeni Açısından Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutlarının Analizi

Katılımcıların iş yerinde çalışma sürelerine göre örgütsel bağlılık ve alt boyutları arasındaki farklılık için ANOVA testi uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre toplam örgütsel bağlılık anlamlılık değeri ($p>0,175$) olduğu için çalışma süreleri ile toplam örgüte bağlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamış ve H_5 hipotez reddedilmiştir. Fakat duygusal bağlılığın anlamlılık

değerinin güvenilirlik düzeyi olan $p=0,05$ değerinden küçük olduğu için sadece bu boyut için örgütsel bağlılık ve çalışma süresi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ayrıca yapılan Post Hoc Tukey testi sonucuna göre 3,14 ortalama değeriyle toplam örgütsel bağlılığı en yüksek çalışanların 21-25 yıl çalışma süresine sahip olanlar olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 7).

Görev Değişkeni Açısından Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutlarının Analizi

Katılımcıların iş yerindeki görevlerine göre örgütsel bağlılık ve alt boyutları arasındaki farklılık için ANOVA testi uygulanmıştır. Çizelge 8 de verilen analiz sonucuna göre örgütsel bağlılığın toplam ve alt boyutlarında anlamlılık değeri küçük ($p < 0,000$) olduğu için görev pozisyonu ile örgüte bağlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve bu değişken için kurulan H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Yapılan Post Hoc Tukey testi sonucuna göre 3,52 ortalama değeriyle, toplam örgütsel bağlılığı en yüksek çalışanların hasta bakıcısı pozisyonunda olan çalışanlardan oluştuğu bulunmuştur.

Kronik Hastalık Değişkeni ve Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Katılımcıların kronik hastalık durumlarına göre örgütsel bağlılığı ve bağlılık alt boyutları arasındaki farklılıklar için t- testi (independent samples t- test) uygulanmıştır.

Çalışanın örgütsel bağlılığı kronik hastalığı olmasına göre farklılaşacağı Hhipotezi Çizelge 9'da görülen bulgulardan hareketle kabul edilmiştir. Örgütsel bağlılığın toplam ve tüm alt boyutlarında anlamlılık değeri 0,05'ten küçük bulunmuş ve bağlılığın kronik hastalık durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgulanmıştır ve H_7 hipotezi kabul edilmiştir. Keza kronik hastalığı olmayan çalışanların örgütsel bağlılık ortalamalarının (3.36) kronik hastalığı olan çalışanların ortalamalarından (2.58) daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç

Örgütsel bağlılık çalışanların performansları açısından oldukça önemli bir olgudur. Bu çalışmada sağlık çalışanlarının demografik değişkenleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada Allen ve Meyer'in geliştirdiği Örgüte Bağlılık Ölçeği kullanılmış ve güvenilirlik Cronbah Alpha katsayısı 0.804 düzeyinde bulunmuştur.

Ölçekte Duygusal bağlılık ortalaması 2,82, Devam bağlılığı ortalaması 3,44 ve Normatif bağlılık ortalaması 2,76 olarak bulunmuştur. Öztan (2015)'nin yaptığı çalışmada ise duygusal bağlılık ortalaması 3.40, devam bağlılığı ortalaması 3.18, normatif bağlılık ortalaması 3,06 ve ölçek toplamı ortalaması ise 3.21 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada ise çalışanların devam bağlılığının diğer bağlılıklardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Literatürde bağlılıkların önem ve öncelik sıralaması Duygusal, Normatif ve Davranış şeklinde olması ifade edilmektedir. Çalışmada devam bağlılığının ilk sırada yer almasında çalışmanın yapıldığı COVID-19 döneminin etkili olduğunu düşünmekteyiz. Pandemi döneminde çalışanların virüs bulaşı korkusuyla işe devam etmekte çekinceli davrandıkları bilinmektedir. Bu sebeple çalışmanın sağlık sektöründe yapıldığı göz önüne alındığında Normatif ve Duygusal bağlılığın zayıfladığı

ancak zorunluluk nedeniyle çalışıldığı için devam bağlılığı oranının yükseldiği söylenebilir.

Örgütsel bağlılıkla cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < 0,05$) ve örgütsel bağlılığın cinsiyete göre farklılaştığı hipotezi kabul edilmiştir. Cinsiyete göre örgütsel bağlılığın alt boyutları olan devam ve normatif bağlılığın farklılık gösterdiği bulgulanmıştır. Ancak her iki cins göre duygusal bağlılığın farklı olmadığı ($p > 0,05$) ve bağlılığın her üç boyutunda da erkeklerin ortalaması kadınların ortalamasından yüksek bulunmuştur. Ayrıca erkeklerin devam bağlılığı ortalaması diğer bağlılıklardan yüksek bulunmuştur. Bu durumun toplumsal yaşamın değer ve gelenekleri nedeniyle erkeklerin kadınlara göre çalışmada öncelikli sorumlu tutulmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Kaya ve Filiz'in (2012) yaptığı çalışmada ise kadınların bağlılık puanları erkeklerden daha yüksek bulunmuştur.

Yaş değişkenine göre ise örgütsel bağlılığın toplam ve tüm alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Toplam örgütsel bağlılığı en yüksek olan (3,61 ortalama değeriyle) yaş aralığının 18-25 olduğu görülmüştür. Tetik (2012) tarafından yapılan çalışmada da 18-24 yaş aralığında olanların devam bağlılığının yüksek bulunmasının bulduğumuz sonuçla uyumluluk gösterdiği söylenebilir. Kaya ve Filiz'in (2012) yaptığı çalışmada kıdem ile örgütsel bağlılık arasında ilişki araştırılmış ve 30 yaş altında olanların bağlılıkları ortalama puanlarının diğer yaş gruplarının puanların yüksek bulmaları da sonuçlarımızı desteklemektedir. Yaş ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında negatif ilişki olduğu Özata (2015)'nin yaptığı çalışmada da bulgulanmıştır. Bu bulgulardan hareketle genç çalışanların kendilerini gösterme, aidiyet oluşturma, kariyer geliştirme gibi beklentilerini gerçekleştirme arzuları olduğu söylenebilir.

Medeni durum değişkenine göre örgütsel bağlılığın toplam ve tüm alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğunu belirlenmiştir. Bekâr çalışanların örgütsel bağlılık ortalamalarının (3.29) evli çalışanların ortalamalarından (2.79) daha yüksek olduğu bulunmuştur. Kaya ve Filiz'in (2012) yaptığı çalışmada ise evlilerin bağlılık puanları daha yüksek bulunmuştur. Bulgularımızla uyumluluk gösteren bu veriden hareketle evlilerin örgütsel bağlılıklarının yüksek olması evli olmanın getirdiği psiko-sosyal ve ekonomik sorumlulardan kaynaklandığı söylenebilir.

Eğitim düzeylerine göre örgütsel bağlılığın toplam ve tüm alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğunu görülmüştür. Tetik (2012)'in yaptığı çalışmada da çalışanların devam bağlılığı ile eğitim değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu çalışmada Lisansüstü eğitimi olanların toplam örgütsel bağlılığı ortalama değeri (3,62) diğer eğitim seviyelerinden daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu Kaya ve Filiz'in (2012) yaptığı çalışmada da bulunmuştur. Bulgulardan hareketle lisansüstü eğitim bir alanda uzmanlaşmayı sağladığı için alanında uzman olan bir çalışanın, örgütsel kararlara katılımının, motivasyonun ve iş tatmininin yüksek olması beklenir. Bu kazanımların örgütsel bağlılık oranını yükselmesine etki ettikleri tahmin edilebilir.

Araştırmada çalışma süreleri ile toplam örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Fakat kıdeme göre bağlılığın alt boyut olan duygusal bağlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Kıdeme göre duygusal bağlılığı 3,14 ortalama değeri ile en yüksek olan katılımcıların 21-25 yıl aralığında çalışanlar olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgudan hareketle belirtilen yaş aralığı bir mesleğin icrasına yeni başlanılan bir dönemdir ve çalışanın mesleki anlamda kendini gerçekleştirme arzusunun bu dönemde yüksek olması duygusal bağlılığa olumlu yönde etki ettiği söylenebilir. Nitekim Kaya ve Filiz'in (2012) yaptığı çalışmada da 1-5 yıl arası mesleki deneyimi olanların örgütsel bağlılık oranları yüksek bulunmuştur.

Sağlık çalışanlarının mesleklerine/iş yerindeki pozisyonlarına göre örgütsel bağlılıklarının farklı olduğu hipotezi kabul edilmiş ($p < 0,05$) ve hasta bakıcılığı görevi olan çalışanların örgütsel bağlılıkları ortalaması diğer pozisyonda çalışanların ortalamalarından yüksek bulunmuştur. Aynı şekilde çalışanın kronik hastalığı olup olmamasına göre örgütsel bağlılığın toplam ve tüm alt boyutlarında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kronik hastalığı olmayan çalışanların örgütsel bağlılık ortalamalarının (3.36) kronik hastalığı olan çalışanların ortalamalarından (2.58) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Literatürde örgütsel bağlılık ana hatlarıyla Tutumsal ve Davranışsal boyutta gerçekleşen bir olgu olarak ele alınmaktadır. Allen ve Mayer'in yaptığı sınıflamada bağlılık duygusal, davranışsal ve normatif olarak üç şekilde gerçekleşeceği ileri sürülmüştür. Literatürde bir çalışan tarafından bu üç tür bağlılığın birinin veya tamamının kurulabileceği ortaya konulmaktadır. Bağlılığın kurulabilmesinin bireysel ve örgütsel koşulları üzerine birçok çalışma yapıldığı bilinmektedir. Bireyin örgütle kurduğu bağlılıkların birey ve örgüt için olumlu bir olgu olarak değerlendirildiği de yine yapılan çalışmalarda dile getirilmektedir. Ancak kurulan her bağlılığı olumlu bir niteliğe sahip olduğu söylenemez. Örneğin duygusal bağlılık çalışanın örgüt değerlerini içselleştirdiği, örgütün amaçlarını, hedeflerini ve çıkarlarını kendi amaç, hedef ve çıkarlarıyla özdeşleştirdiği, kısaca örgütü içtenlikle benimseyip kendisini onunla bütünleştirdiği bir bağlılıktır. Bu bağlılık örgüt ve çalışan için ideal olan bir bağlılıktır. Ancak davranışsal bağlılık çalışanın içinde bulunduğu çeşitli kısıt ve zorluklar nedeniyle örgüte devama mecbur kaldığı bir bağlılık olup birey ve örgüt için her zaman olumlu sonuçlar üretecek bir bağlılık olarak değerlendirilemez. Bu bağlılık birey için bir bağımlılık, örgüt için ise bir araçsal bağlılık olarak değerlendirilebilir. Normatif bağlılık çalışanın benimsediği ahlaki değerler temelinde kurduğu bir bağlılık olup birey için bir görev ve itaat bağlılığıdır, öznellik içerir. Kişisel inanç ve değerlerin değişiminin etkisi altındadır. Bu bağlılıkta bireyin örgütün amaç ve hedeflerini benimsemesi her zaman mümkün olmadığı için birey kendince bir vazifeyi yerine getirmektedir. Uzun vadede örgüt açısından da sürdürülebilir olumlu sonuçlar üreteceği tartışmalıdır.

Çalışmamız sağlık sektöründen elde edilen verilerden üretilen bulguları içermektedir. Çalışmada katılımcıların devam bağlılığı oranı yüksek bulunmuştur. Çalışmanın yapıldığı COVID-19 sürecinin etkisini saklı kalmak kaydıyla, sağlık sektöründe hizmet görenlerin örgütsel bağlılıklarını tüm boyutlarıyla geliştirilmesine yönelik çalışmalara öncelik verilmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda bireysel özellikler üzerinden hareketle kadınlar, evliler, lise ve üniversite mezunları ve uzun süre sektörde hizmet edenler öncelikli hedef kitle olarak belirlenmeli.

Bu amaçla özellikle kurum yöneticilerinin;

- Çalışanlarına, işlerinin önemini vurgulamaları ve onların katkılarına değer vermeleri,
- Çalışanlarının ihtiyaçlarına, zorlu çalışma koşullarına ve psikolojik zorluklarına duyarlı bir şekilde yaklaşmaları,
- Çalışanların iş yerlerindeki düzenlemelere ve karar süreçlerine dâhil edilmelerini sağlamaları,
- Çalışanların iş yükünü dengelemeleri ve aşırı iş yükünü azaltacak tedbirleri almaları,
- Çalışanlarına hizmet içi eğitimlerle güncel yasal ve mesleki bilgiler vermeleri,
- Yöneticileri çalışanlarıyla sürekli ve olumlu iletişim halinde olmaları,
- Kadın çalışanlarına pozitif ayrımcılık yapmaları,
- Sağlık personeline yönelik şiddet davranışını önleyici güvenlik tedbirleri almaları,
- Sosyal ve sportif etkinlik ve organizasyonlar gerçekleştirmeleri,
- Çalışanlarının özlük haklarını iyileştirmeleri gibi faaliyetleri, çalışanların motivasyonlarını ve performanslarını yükselteceği ve örgütsel bağlılıkları güçlendireceği söylenebilir.

Extended Abstract

The aim of the study is to investigate the relationship between individual variables and organizational commitment. Organizational commitment refers to the employee's loyalty to their job, organization, and the satisfaction they feel towards their work. Organizational commitment is one of the most important factors in an employee's ability to remain in the organization and be productive. In recent years, there has been an increase in research on organizational commitment, which has a significant role in achieving organizational goals. Organizational commitment is considered a determining variable for both the organization and the employee to achieve their aims and objectives.

Healthcare workers are professional staff members who undertake an extremely important role for human and public health. Healthcare workers provide various health services to protect and treat the health of patients. These services may involve a range of procedures such as preventing, diagnosing, treating, improving, or relieving patients of illnesses. The health services provided not only protect the health of individuals, but also consist of preventive practices to maintain the general health of the community (such as vaccination campaigns to prevent the spread of infectious diseases).

Healthcare workers also meet patients' psychological and emotional needs. Being sensitive to patient care, showing empathy, and providing services efficiently and quickly, as well as behaving ethically, can be life-saving. In addition, healthcare workers may have to make critical decisions in emergencies to save a patient's life. Therefore, healthcare workers perform complex task that requires high levels of education, experience, and professional expertise.

The study first discussed the definition, importance, and dimensions of organizational commitment through a literature review. Then, the statistical analysis of the levels of organizational commitment among healthcare workers with certain demographic characteristics was conducted. In the Discussion and Conclusion section, the findings were evaluated and problems and recommendations related to the studied group were presented. The field study was conducted during the COVID-19 pandemic, and the sample from which the data was collected was limited to hospital employees in Sivas Central District.

To provide data for the study, a survey including the Organizational Commitment Scale developed by Allen and Meyer and individual demographic variables was applied. The population sample of the study consists of 346 healthcare personnel working in Sivas Central District. The collected data were analyzed using SPSS 25 software. The main hypothesis of the research is "There is a relationship between organizational commitment and individual variables." The alternative hypothesis is "Organizational commitment dimensions differ according to individual variables."

The concept of Organizational Commitment, which entered the literature in the 1950s, is a determinant of many attitudes of employees towards their job and organization. The commitment phenomenon, which underlies the understanding of employees' attitudes and behaviors within the organization, is an important factor that also affects their desire to stay in the organization, their job satisfaction, and their turnover rate (Sürücü & Maşlakçı, 2018). Mowday et al. (1982) classified the definitions of organizational commitment based on the underlying phenomena, under the headings of affective commitment and continuance commitment. Affective commitment is an approach adopted by organizational behaviorists, while continuance commitment is a preferred approach of social psychologists. The organizational commitment classification made by Allen and Meyer (1990) is a preferred approach in studies conducted on commitment. This approach is a 3-dimensional model consisting of emotional commitment, continuance commitment, and normative commitment. In our study, this model was used as the basis. Many studies have been conducted to identify the determining factors of organizational commitment. In this study, Nijhof et al.'s (1998) model, which consists of three determinants: personal characteristics, job characteristics, and organizational characteristics, was used. Personal or demographic characteristics are the qualities that are considered to be associated with and

studied in relation to organizational commitment. Along with demographic characteristics such as age, gender, education level, marital status, and length of employment, personal factors such as the employee's personality traits and job expectations are also included in the literature as determinants of organizational commitment.

The reliability of the Organizational Commitment Scale developed by Allen and Meyer, which we used in our study, was found to be at the level of 0.804 Cronbach's alpha coefficient. The average emotional commitment score on the scale was 2.82, the average continuance commitment score was 3.44, and the average normative commitment score was 2.76. In the literature, the prioritization of commitment is stated as Emotional, Normative, and Behavioral. We believe that the effect of the COVID-19 period in which the study was conducted is the reason why continuance commitment ranked first in our study.

There was a significant relationship found between organizational commitment and gender variables ($p < 0.05$), and the hypothesis that organizational commitment differs according to gender was accepted. It was found that the sub-dimensions of organizational commitment, namely, continuance and normative commitment, differ according to gender. However, it was found that emotional commitment was not different for both genders ($p > 0.05$), and the average of men was higher than the average of women in all three dimensions of commitment.

According to the age variable, a statistically significant difference was found in the total and all sub-dimensions of organizational commitment. The age group with the highest overall organizational commitment (with a mean score of 3.61) was found to be 18-25. According to the marital status variable, a statistically significant difference was found in the total and all sub-dimensions of organizational commitment. It was found that the organizational commitment averages of single employees (3.29) were higher than those of married employees (2.79). An important difference was found among education levels in terms of total organizational commitment and all its sub-dimensions. Those with graduate education had a higher average value (3.62) in total organizational commitment than those with other education levels.

In the study, no significant difference was found between total organizational commitment and working time. However, a significant difference was found in the sub-dimension of emotional commitment by seniority. Participants who had the highest emotional commitment with an average value of 3.14 were those who had been working for 21-25 years.

The hypothesis that the organizational commitment of healthcare workers varies according to their professions/positions in the workplace was accepted ($p < 0.05$), and it was found that the average organizational commitment of employees with caregiver duties was higher than that of employees in other positions. The

hypothesis that organizational commitment differs according to the presence of chronic illness in employees has been accepted ($p < 0.05$) and it has been found that the organizational commitment average of employees without chronic illness (3.36) is higher than the average of employees with chronic illness (2.58) in total and all sub-dimensions of organizational commitment.

This passage discusses the findings of a study conducted in the healthcare sector. The study found that the participants had a high level of continuance commitment. However, it should be noted that the study was conducted during the COVID-19 pandemic, which may have affected the results. The study suggests that efforts should be made to improve organizational commitment in all its dimensions among those working in the healthcare sector. In this regard, it is recommended to prioritize women, married individuals, high school and university graduates, and those with long tenure in the sector as the primary target audience for these efforts.

To achieve this, it is important for the institution's managers to:

- Emphasize the importance of their employees' work and value their contributions,
- Approach their employees' needs, challenging work conditions, and psychological difficulties in a sensitive manner,
- Ensure that employees are involved in workplace arrangements and decision-making processes,
- Balance employees' workload and take measures to reduce excessive workload,
- Provide their employees with in-service training to update them on legal and professional knowledge,
- Practice positive discrimination towards female employees,
- Take security measures to prevent violent behavior against healthcare personnel,
- Managers should maintain continuous and positive communication with their employees,
- They should organize social and sports activities,
- Activities such as improving their employees' rights can increase their motivation, performance, and strengthen their organizational commitment.

Kaynaklar

1. Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to organization. *Journal of Occupational Psychology*, 1-18.
2. Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1993). Organizational commitment: Evidence of career stage effects. *Journal of Business Research*, 49-61.
3. Angle, H., & Perry, J. (1981). An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 1-14.
4. Aryee, S., & Debrah, Y. (1992). Career planning an examination of individual non-work and work determinants. *The International Journal of Human Resource Management*, 85-104.
5. Aven, F. F., Parker, B., & McEvoy, G. M. (1993). Gender and attitudinal commitment to organizations: a meta-analysis. *Journal of Business Research*, 26, 63-73.
6. Aykan, E., Karakuş, G., & Karakoç, H. (2019). İş Yaşamında Yalnızlık Algısı Ve İş Stresinin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Erciyes Üniversitesi İdari Personeli Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 8(1).
7. Bakan, İ. (2011). *Örgütsel Stratejilerin Temeli Örgütsel Bağlılık Kavram Kuram Sebep Ve Sonuçlar*. Ankara: Gazi Kitabevi.
8. Balay, R. (2000). *Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
9. Baruch, Y. (2006). Career development in organizations and beyond: Balancing traditional and contemporary viewpoints. *Human Resource Management Review*, 125-138.
10. Barutçugil, İ. (2016). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
11. Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma. *Sayıştay Dergisi*, 128.
12. Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology*, 32-40.
13. Becker, T. E., Billings, R. S., Eveleth, J. O., & Gibert, N. L. (1996). Foci and Bases of Employee Commitment: Implications for Job Performance. *Academy of Management Journal*, 39(2), 464-482.
14. Biber, A. E. (2010). İktisadi Büyümede Kurumsal Faktörler Ve Kurumsal Değişim. *Akademik Bakış Dergisi*, 7.
15. Boylu vd. (2007). Akademisyenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 51-74.
16. Bozdoğan, S. C., & Aslan, H. (2020). *Aşırı İş Yükünün, Tükenmişlik, İş Stresi Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi*. Ankara: İKSAD Publishing House.
17. Bozionelos, N. (2004). The Big Five of personality and work involvement. *Journal of Managerial Psychology*, 69-81.
18. Briscoe, J. P., & Finkelstein, L. (2009). The "new career" and organizational commitment: Do boundaryless and protean attitudes make a difference? *Career Development International*, 242-260.
19. Cihangiroğlu vd. (2010). Hekimlerin Örgütsel Adalet Algıları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 67-82.
20. Çekmecioğlu, H. (2006). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Tutumlarının İşten Ayrılma Niyeti ve Verimlilik Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi: Bir Araştırma. *İş, Güç-Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 153-168.
21. Çöl, G. (2004). Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Benzer Kavramlarla İlişkisi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 6(2).
22. Demirel, Y. (2009). Örgütsel bağlılık ve üretkenlik karşıtı davranışlar arasındaki ilişkiye kavramsal yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 115-132.
23. Doğan, S., & Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirilmenin Yeri Ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (29), 37-61.
24. Duygulu, S., & Abaan, S. (2007). Örgütsel Bağlılık: Çalışanların Kurumda Kalma ya da Kurumdan Ayrılma Kararının Bir Belirleyicisi. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 61-73.
25. Eisenberg, E. M., Monge, P., & Miller, K. (1987). Involvement in Communication Networks As A Predictor Of Organizational Commitment. *Human Communication Research*, 10(2), 179-201.

26. Erdheim, J., Wang, M., & Zickar, M. J. (2006). Linking the Big Five personality constructs to organizational commitment. *Personality and Individual Differences*, 959-970.
27. Esatoğlu vd. (2004). . Hastanelerde Rol Çatışması Ve Rol Belirsizliği: Sağlık. *Amme İdaresi Dergisi*, 133-146.
28. Gryna, F. M. (2004). Work Overload! Redesigning Jobs to Minimize Stress and Burnout. *American Society for Quality*, 1-216.
29. Güçlü, H. (2006). Turizm sektöründe durumsal olabilecek durumda etkis. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi*. Eskişehir.
30. Hau-siu Chow, I. (1994). Organizational Commitment and Career Development of Chinese Managers in Hong Kong and Taiwan. *International Journal of Career Management*, 6(4), 3-9.
31. İnce, M., & Gül, H. (2005). *Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık*. Konya: Çizgi Kitapevi.
32. Iverson, R. D., & Buttigieg, D. M. (1999). Affective, Normative and Continuance Commitment: Can the 'Right Kind' of Commitment be Managed? *Journal of Management Studies*, 307-333.
33. Kalbers, L. P., & Cenker, W. J. (2007). Organizational commitment and auditors in public accounting. *Managerial Auditing Journal*, 354-375.
34. Kamaylar, Ye, Y., & Dechachai, S. (2017, July-December). The Relationship Between Teachers' Organizational Commitment And Job Satisfaction at No. 2 Basic Education High School, Loikaw, Kayah State, Myanmar. *Scholar: Human Sciences 9, 2 (July-December 2017)*, 97-105, 9(2), 97-105.
35. Kaya, M., & Filiz, M. (2012). Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Artvin İli Örneği. *İnönü Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO Dergisi*, 4(1).
36. Keser, A. (2015). *Çalışma Psikolojisi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
37. Kwon, I.-W., & Banks, D. (2004). Factors Related To The Organizational And Professional Commitment Of İnternal Auditors. *Managerial Auditing Journal*, 606-622.
38. Lok, P., & Crawford, J. (2004). The Effect Of Organisational Culture And Leadership Style On Job Satisfaction And Organisational Commitment. *Journal of Management Development*, 321-338.
39. Loke, J. F. (2001). Leadership behaviours: effects on job satisfaction, productivity and organizational commitment. *Journal of Nursing Management*, 9(4), 191-204.
40. Martin, P., & Nicholls, J. (1987). "Creating a Commitment Workforce", *IPM, London*.
41. Mathieu, J., & Zajac, D. (1990). A Review and Meta-Analysis of the Antecedents, Correlates, and Consequences of Organizational Commitment. *Psychological Bulletin*, 171-194.
42. Meyer, J., & Allen, N. (1997). *Commitment In The Workplace, Theory, Research and Application*. Sage Publications.
43. Meyer, J., & Allen, N. (1997). *Commitment İn The Workplace: Theory, Research, And Application*. USA: SAGE Publications, Inc.
44. Morris, J. H., & Sherman, D. J. (1981). Generalizability of an Organizational Commitment Model. *Academy of Management Journal*, 24(3), 512-526.
45. Morrow, P. C. (1983). Concept Redundancy in Organizational Research, the Case of Work Commitment. *Journal of Occupational Behavior*, 34, 40-56.
46. Mottaz, C. J. (1989). An Analysis of the Relationship Between Attitudinal Commitment and Behavioral Commitment. *The Sociological Quarterly*, 30(1), 144-151.
47. Mowday vd. (1982). *Employee Organization Linkages*. San Diego: CA:Academic Press.
48. Nelson, R. L. (1988). *Partners with Power: Social Transformation of the Large Law Firm*. University of California Press, Berkeley.
49. Nijhof vd. (1998). Employee Commitment in Changing Organisations: An Exploration. *Journal of European Industrial Training*, 243-248.
50. Özata, M. (2015). Hastanelerde Görev Yapan Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Belirlenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 18(1).
51. Rowden, R. W. (1999). Potential Roles Of The Human Resource Management Professional İn The Strategic Planning Process. *SAM Advanced Management Journal*, 22.
52. Rowden, R. W. (2000). The relationship between charismatic leadership behaviors and organizational commitment. *Leadership & Organization Development Journal*, 30-35.
53. Sürücü, L., & Maşlakçı, A. (2018). Örgütsel Bağlılık Üzerine Kavramsal İnceleme. *International Journal of Management and Administration*, 2(3).
54. Taşkaya, S. (2009). Sağlık çalışanlarının örgütsel adalete ilişkin algılamaları ile örgüte bağlılık düzeylerinin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkileri. *Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*. Ankara.
55. Tetik, S. (2012). Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılık Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 275-286.
56. Uygur, A. (2004). Örgütsel bağlılık ve işgören performansı, Türkiye Vakıflar Bankası Ankara, İstanbul ve İzmir İli şubelerine yönelik alan araştırması. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. ANKARA.
57. Uygur, A. (2009). *Örgütsel Bağlılık ve İşe Bağlılık*. Ankara: Barış Platin Kitapevi.
58. Wallace, J. E. (1995). Organizational and Professional Commitment in Professional and Nonprofessional Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 228-255.
59. Wasti, S. A. (2000). Meyer ve Allen'in Üç Boyutlu Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi. 8. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 401-410.
60. Yalçın, A., & İplik, F. (2005). Beş Yıldızlı Otellerde Çalışanların Demografik Özellikleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 395-412.
61. Zaccora, J. S., & Dobbins, J. G. (1989). Contrasting Group and Organizational Commitment: Evidence for Differences Among Multilevel Attachment. *Journal of Organizational Behavior*, 10(3), 267-273.



Investigation of the Reaction of Selected Investment Instruments in Financial Markets to the Russia-Ukraine War With an Event Study Approach

Mahammad Charkasov^{1-a}, Gizem Ari^{2-b}, Vedat Sarikovanlik^{3-c*}

¹Institute of Social Sciences, İstanbul University, İstanbul, Türkiye.

²Faculty of Economics and Administrative Sciences, Hacettepe University, Ankara, Türkiye.

³Faculty of Management, İstanbul University, İstanbul, Türkiye.

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 12.01.2023

Accepted: 20.03.2023

ABSTRACT

Unexpected movements were seen in the global financial markets when Russia launched a massive military assault against Ukraine on February 24, 2022. In this study, we attempt to use the event study methodology to investigate the behavior of the prices of selected financial instruments around the event date. We selected daily data of ounce gold, crude oil, EUR/USD, and MSCI global stock index representing various markets as the data set of the study for this purpose to be able to see the short and long-term response of investment instruments to the pertinent event. We want to evaluate the efficiency of financial markets using the methods mentioned above. We first tested the significance of the abnormal returns (AR) and cumulative abnormal returns (CAR) of each investment instrument within the study's parameters. We provide evidence that the described event has a negative impact on EUR/USD and global stock index prices during each of the four potential event windows while having a positive effect on ounce gold and crude oil prices. In particular, ounce gold stands out from other financial instruments by responding to the event strongly within all event windows. This finding supports that investors mainly tend to prefer gold as a safe haven in times of crisis. The event study approach shows that the financial markets are not efficient in semi-strong form when significant abnormal returns are obtained.

Keywords: Russian-Ukraine War, Financial Markets, Event Study, Market Efficiency

JEL Classification: G10, G14, G15

Finansal Piyasalarda Seçili Yatırım Araçlarının Rusya-Ukrayna Savaşına Tepkisinin Olay Çalışması Yaklaşımı ile İncelenmesi

Süreç

Geliş: 12.01.2023

Kabul: 20.03.2023

Öz

Rusya'nın 24 Şubat 2022 tarihinde Ukrayna'ya karşı geniş kapsamlı askeri harekâtı başlatması ile küresel piyasalarda beklenmedik hareketlilikler görülmüştür. Bu çalışmada, finansal piyasalarda işlem gören seçili yatırım araçları fiyatlarının savaşın başladığı tarih etrafındaki davranışları, olay çalışması metodolojisi kullanılarak incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, ilgili olaya karşı yatırım araçlarının kısa ve uzun dönemli tepkisini ölçebilmek için farklı piyasaları temsilen ons altın, ham petrol, euro/dolar paritesi ve MSCI global hisse senedi endeksine ait günlük veriler çalışmanın veri seti olarak belirlenmiştir. Söz konusu metodoloji kullanılarak, aynı zamanda etkinlik hipotezi çerçevesinde finansal piyasaların etkinliği sınanmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında öncelikle her bir yatırım aracına ait anormal getiriler (AR) ve kümülatif anormal getirilerin (CAR) anlamlılıkları test edilmiştir. Oluşturulan dört farklı olay penceresi içerisinde ons altın ve ham petrol fiyatlarının ilgili olaya pozitif yönde tepki verdiği görülürken, euro/dolar paritesi ve MSCI global hisse senedi endeksi fiyatlarında negatif yönde bir hareketlilik gözlemlenmiştir. Özellikle, ons altın belirlenmiş tüm olay pencereleri içerisinde olaya çok güçlü tepki vererek diğer yatırım araçlarından ayrılmıştır. Elde edilen bu bulgu, kriz dönemlerinde altının, yatırımcılar tarafından güvenli bir liman olarak görüldüğünü destekler niteliktedir. Olay çalışması metodolojisinin uygulanmasıyla anlamlı anormal getirilerin elde edilmesi, söz konusu yatırım araçlarının işlem gördüğü finansal piyasaların yarı güçlü formda etkin olmadığı sonucunu ortaya çıkarmıştır.

License



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

Anahtar Kelimeler: Rusya-Ukrayna Savaşı, Finansal Piyasalar, Olay Çalışması, Piyasa Etkinliği

^a mahammad.charkasov@ogr.isu.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0001-7066-7829>

^c gizemari@hacettepe.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-7536-1407>

^c vedsari@istanbul.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-7152-6275>

How to Cite: Charkasov Muhammad et al (2023) Investigation of the Reaction of Selected Investment Instruments in Financial Markets to the Russia-Ukraine War With an Event Study Approach, Journal of Economics and Administrative Sciences, 24(2):257-265.

Giriş

Rusya devlet başkanı Vladimir Putin'in 24 Şubat 2022 tarihinde Ukrayna'ya askeri saldırı başlatma kararının ardından 5 Mart 2022 tarihinde IMF, Ukrayna'daki savaşın zaten yüksek fiyat baskıları arasında hem enflasyon hem de ticari faaliyetler üzerinde olumsuz bir şok yarattığını belirtmiştir. Bu kriz, dünya ekonomisi COVID-19 pandemisinden yavaş yavaş toparlanmaya başladığı sırada politika ortamını daha da karmaşık hale getirmiştir (European Parliament, 2022). Bununla birlikte ABD, İngiltere ve Avrupa Birliği ülkeleri Rusya'ya karşı ekonomik yaptırımlar uygulamaya başladı.

Küresel enerji piyasalarında önemli bir oyuncu olan Rusya, Arabistan ve ABD ile en üst sıralarda yer almak için yarışan dünyanın en büyük üç ham petrol üreticisinden biridir. Bu açıdan bakıldığında Rusya'nın bütçe gelirlerinin %45'i doğal gaz ve petrol ihracından sağlanan gelirlerden oluşmaktadır. Rusya'nın küresel enerji piyasalarındaki önemli rolü ve ekonomisinin büyüklüğü göz önüne alındığında, bu çatışma küresel emtiaları ve finansal piyasaları etkileyebilecek düzeydedir.

2021 yılında toplam mal ticareti 257,5 milyar Euro'yu bulan Avrupa Birliği ve Rusya arasındaki karşılıklı ticaret ilişkisi (European Commission, 2022), enerji arzı anlamında Rusya'yı güçlü konumda tutmaktadır. 2021 yılı verilerine göre Avrupa Birliği toplam doğal gaz ithalatının yaklaşık %40'ını ve toplam petrol ithalatının ise yaklaşık %25'ini Rusya'dan temin etmiştir.

Avrupa Birliği tarafından Rusya'ya uygulanan yaptırımlar sebebiyle Rusya'nın doğal gazı kesmesi durumunda bu denli yüksek ithalat miktarının farklı tedarikçilere kaydırılması kolay olmayacaktır. Bu durum Rusya-Ukrayna gerilimini izleyen günlerde Euro/Dolar paritesinde değer kaybına sebep olmuştur (Eğilmez, 2022).

Diğer yandan küresel anlamda petrol fiyatları Rusya'nın Ukrayna'ya resmi olarak saldırı ilanından önce de yükseliş göstermekteydi. Savaşın resmi olarak ilan edilmesinin ardından 2022 Ocak ayının sonlarında ham petrol fiyatı 88 dolardan saldırı tarihinden bir hafta sonra 115 dolar seviyesine çıkmıştır. Rusya-Ukrayna gerilimi petrol üreticisi olmayan tüm ülkeler için ciddi olumsuzluklara sebep olmaya devam edecektir.

Siyasi gerilim ve ekonomik kriz zamanlarında "güvenli liman" olarak değerlendirilen altın ise beklenildiği gibi saldırı sonrası yaklaşık bir ay boyunca artış eğilimi izlemiştir. Bu açıdan bakıldığında Rusya-Ukrayna çatışması, yatırımcıların ilgili olay karşısında nasıl tepki verdiklerini anlamak açısından önem arz etmektedir. Buradan hareketle, Rusya-Ukrayna savaşına karşı finansal piyasaların tepkisini ölçmek ve piyasaların etkinliğini sınamak çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında, sırasıyla önce benzer konuda yapılmış çalışmaları içeren literatür taraması, kullanılan veri seti, yöntem ve analiz açıklanmış, son olarak da elde edilen bulgular tartışılmıştır.

Literatür Taraması

Siyasi belirsizlik, olumsuz piyasa koşulları, kriz ve çalkantı dönemlerinde finansal piyasa performansını

incelemek üzere yapılan önceki çalışmalar, siyasi istikrarsızlık, kriz ve aşırı oynaklık endişesinin hem hisse senedi piyasası getirisi hem de finansal varlıkların risk yapısı üzerinde önemli ölçüde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Roache ve Rossi (2010), 1 Ocak 1997 ile 31 Aralık 2009 arası dönemde 12 emtia vadeli işlem sözleşmesi için günlük fiyat verilerini kullanarak makroekonomik duyuruların emtia fiyatlarını nasıl etkilediğini En Küçük Kareler (EKK) ve GARCH yöntemleri ile araştırmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, altın güvenli bir liman olmakla birlikte, ABD ve Euro bölgesinde önceden programlanmış duyurulara önemli ölçüde tepki göstermesiyle diğer emtia türlerinden ayrılmıştır.

Omar ve ark. (2017) ülkelerarası siyasi krizlerin ve savaş halinin 1987-2007 dönemi için ham petrol fiyatları, devlet tahvilleri ve borsa endeksleri üzerine etkisini araştırmıştır. Sabit ortalama getiri modeline dayalı olay çalışması yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, petrol ve tahvil yatırımlarının uluslararası krizler sonucunda oluşan hisse senedi kayıplarından yatırımcısını koruduğu gözlemlenmiştir.

Buigut ve Kapar (2020), 2017 Katar diplomatik krizinin Körfez İşbirliği Ülkeleri borsaları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Olay çalışması metodolojisi kullanılarak 12 Mayıs 2016 ile 16 Mayıs 2017 tarihleri arasında 250 günlük bir tahmin penceresi seçilmiştir. [0], [-3,3], [0,3], [0,13] ve [0,30] şeklinde beş farklı olay penceresinin ele alındığı çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, Katar ekonomisi krize önemli ölçüde olumsuz tepki verirken, Suudi Arabistan'ın bankacılık sektörü, Dubai'nin emlak sektörü ve Abu Dabi'nin ise enerji sektöründe pozitif anormal getiri görülmüştür.

Covid-19 salgını sırasında 2020 Mart-Nisan aylarında Rusya ve Suudi Arabistan arasında yaranan petrol fiyatı anlaşmazlıklarının küresel ham petrol piyasaları üzerine etkilerinin olay çalışması metodolojisi ile incelendiği Ma ve ark. (2021) tarafından yapılan çalışmaya göre, petrol fiyatı anlaşmazlığının ortaya çıkması ve taraflar arasında anlaşmanın sağlanmasının piyasalar üzerinde asimetric bir etkisi olduğu görülmüştür. Şöyle ki, petrol fiyatı konusundaki anlaşmazlığın yarattığı olumsuz etkilerin, anlaşmanın yarattığı olumlu etkilerden daha uzun süreli olduğu kanısına varılmıştır.

Ocak 2009'dan Aralık 2019'a kadar ekonomik olarak politik ve sosyo-politik olaylar çerçevesinde olay çalışması metodolojisi yoluyla siyasi belirsizliğin PSX sektörleri ve altın getirileri üzerindeki etkisini araştıran Rasheed ve ark. (2021), ayrıca kukla değişkenler kullanılarak Pearson korelasyon analizi ve oynaklık modellemesi yapılmıştır. Çalışmanın bulguları altının siyasi olaylardan etkilenmediğini, tüm sektörler için bir hedge görevi gördüğünü ve birçok sektör için güvenli liman olarak hareket ettiğini göstermiştir.

Yousaf ve ark. (2022), olay çalışması metodolojisini kullanarak Rusya-Ukrayna çatışmasının G20 ülkeleri ve diğer seçilmiş ülkelerin hisse senedi piyasaları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırmacılar hem genel borsa analizi

hem de bölgesel analiz sonuçları ile Rusya-Ukrayna çatışmasının, olay günü ve sonraki günlerde piyasalar üzerinde önemli ölçüde olumsuz bir etki yarattığı sonucuna ulaşmıştır. Bulgulara göre özellikle Avrupa ve Asya bölgelerini olumsuz yönde etkileyen çatışma, ülke bazında yapılan incelemeler sonucunda Macaristan, Rusya, Polonya ve Slovakya borsalarının Ukrayna'daki askeri hareket beklentisiyle ilk tepkileri vererek olay öncesi günlerde de olumsuz getiriler sergilemiştir.

Sun ve ark. (2022), Rusya'nın Ukrayna'ya saldırısının farklı ülke borsalarına etkisini incelemiştir. Yapılan çalışmada savaşa dahil olan ve savaş dışında kalan ülkeler açısından ülke ve sektör düzeyinde analizler yapılmıştır. Ülke düzeyinde yapılan analizler sonucunda, AB ülkelerinde yer alan firmalar savaştan olumsuz etkilenirken, savaş alanından uzaktaki ekonomilerin önemli ölçüde etkilenmediği görülmüştür. Sektör düzeyinde yapılan analizlere göre ise, AB ülkelerinde imalat, finans ve hizmet sektörlerinin, Rusya'nın petrol ve doğalgaz firmalarının bu savaştan olumsuz etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Rusya-Ukrayna savaşının piyasalarda yarattığı korku ve belirsizliğin altın getirileri ve Bitcoin ve Ethereum'u baz alarak kripto varlık getirileri üzerine etkisini inceleyen Yatie (2022), belirsizlik ve korku temsilcileri olarak S&P 500 VIX Endeksi ve Rus VIX Endeksini kullanmıştır. DCC – GARCH modeli ile elde edilen sonuçlar Bitcoin, Ethereum ve altının bu savaş sırasında güvenli liman olarak başarısız olduğunu göstermiştir.

Boungou ve Yatié (2022) 22 Ocak-24 Mart 2022 arasındaki dönemde Rusya-Ukrayna savaşı ile dünya borsası getirileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 94 ülke borsasından oluşan veri seti ile uygulanan panel veri analizi sonuçlarına göre savaşın borsa getirilerini negatif etkilediği belgelenmiştir.

Ahmed ve ark. (2022) Rusya-Ukrayna krizinin Avrupa borsaları üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında artan siyasi belirsizlik, coğrafi yakınlık ve Rusya'ya uygulanan yeni yaptırımların sonuçları nedeniyle Avrupa borsalarının bu krize olumsuz tepki verme eğiliminde olduğunu belirtmişler. 21 Şubat 2022 tarihinde Rusya'nın Ukrayna'ya ait Luhansk ve Donetsk bölgelerini bağımsız devlet olarak tanımasıyla, Avrupa hisse senedi piyasalarında negatif yönde bir hareketlilik görülmüştür. Ayrıca, hisse senedi fiyatlarındaki olumsuz tepkiler olay sonrası dönemde de devam etmiştir. Hisse senedi fiyatının krize verdiği tepkinin büyüklüğü, sektörler, ülkeler ve şirketlerin büyüklüğü arasında önemli farklılıklar göstermektedir.

Sun ve Zhang (2022) tarafından yapılan çalışmada olay çalışması yöntemi kullanılarak Rusya-Ukrayna savaşına küresel borsa tepkilerinin belirleyicileri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, savaşa yönelik heterojen piyasa tepkilerini şekillendirmede ülke ve endüstri farklılıklarının, firma düzeyindeki faktörlerin, jeopolitik risklerin ve firmaların yaptırım açıklamalarının önemli bir rol oynadığını göstermiştir.

Chortane ve Pandey (2022), olay çalışması metodolojisi ve piyasa modeli tahminlerini kullanarak Rusya-Ukrayna krizinin küresel para birimleri ve bu para birimlerinin ABD doları karşısında değeri üzerindeki etkisini incelemişler.

Bulgulara göre Rusya-Ukrayna krizinin küresel para birimlerinin değerini olumsuz yönde etkilediği belirtilerek; Avrupa, Orta Doğu ve Afrika para birimlerinin ABD doları karşısında değer kaybettiğine, Pasifik para birimlerinin ise önemli ölçüde değerlendirildiğine dair kanıt sunulmuştur.

Umar ve ark. (2022) çalışmasında Rusya-Ukrayna çatışmasının finansal piyasalar arasındaki ilişkiyi değiştirdiğini belirtmişler. Ocak 2021 ile Mart 2022 arasındaki bir örneklem dönemi belirlenen çalışmada zamana ve frekansa dayalı zamanla değişen parametre vektör otoregresif (TVP-VAR) yöntemi ile söz konusu çatışma ve finansal piyasalar arasındaki dinamik bağlantı incelenmiştir. Bulgulara göre altın 2021 yılının sonlarında diğer varlıklardan birçok oynaklık şoku alırken, Avrupa hisse senetleri ve Rus tahvilleri, örneklem döneminin çoğunda volatilité şoklarının net vericileri olmuştur. Böylece, Avrupa hisse senetleri ve Rus tahvillerinden kaynaklanan kriz kaynaklı volatilité yayılımı, güvenli liman olan altına ve bunun gibi varlıklara yansımıştır.

Boubaker ve ark. (2022) küresel borsa endeksleri için Rusya-Ukrayna istilasının etkilerini olay çalışması metodolojisi kullanarak araştırmışlar. MSCI piyasa sınıflandırması temel alınarak 23 gelişmiş ve 24 gelişmekte olan ülke analiz kapsamına dahil edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre istila, küresel borsa endeksleri için negatif anormal getirilere sebep olurken, ayrıntılı analiz bu etkinin heterojen olduğunu göstermiştir.

Veri Seti ve Yöntem

Finansal piyasaların Rusya-Ukrayna savaşına verdiği tepkinin incelendiği bu çalışmada veri seti olarak altın piyasasını temsilen ons altın, petrol piyasasını temsilen ham petrol stok fiyatları, döviz kurları arasından euro/dolar paritesi, dünya borsalarının temsili olarak ise Morgan Stanley Capital Investment (MSCI) tarafından tasarlanan küresel hisse senedi endeksi olan MSCI ACWI endeksi kullanılmıştır. Çalışmada döviz kurları arasından özellikle euro/dolar paritesinin seçilmesinin temel sebebi, bu tür savaş halinin Euro bölgesini ekonomik açıdan olumsuz etkileyebileceği ve bu etkinin uzun süreli olabileceği beklentisidir.

Finans literatürüne bakıldığında, piyasaların etkin olup olmadığına ilişkin oldukça fazla çalışma olduğu görülebilir. Buradaki etkinlik kavramı, bilgi etkinliğini esas almakta olup, bu kavram etkin bir piyasada fiyatların mevcut olan tüm bilgiyi içermekte olduğunu ve ortaya çıkan yeni bir bilginin fiyatlara hızlı bir şekilde yansıdığını ifade etmektedir (Santomero ve Babbel, 2001:319). Fama (1970) piyasaları zayıf, yarı güçlü ve güçlü formda olmak üzere üç farklı etkinlik sınıfına ayırmıştır. Bu etkinlik türleri, mevcut tüm bilginin ne kadarının fiyatlara yansıdığına göre şekillenmektedir. Şöyle ki, zayıf formda etkin bir piyasada mevcut fiyatlar, geçmiş tüm fiyat bilgilerini yansıtmaktadır. Yarı güçlü form piyasa etkinliğinde, geçmiş fiyat bilgilerinin yanı sıra kamuya açıklanmış tüm bilgilerin fiyatlara yansımış olduğu kabul edilmektedir. Güçlü formda etkin piyasalarda ise kamuya açıklanmış ve açıklanmamış (içeriden öğrenenlerin sahip olabileceği) tüm bilgiler fiyatlara yansımış olmaktadır.

Birçok farklı yöntem mevcut olmakla birlikte, yarı güçlü formda piyasa etkinliğini test etme amacıyla kullanılan bir yöntem de olay çalışması metodolojisidir. Bu metodoloji, bir olay tarihi etrafında varlık fiyatlarının davranışlarını açıklamaktadır (Binder, 1969:111). Metodolojinin kökeni Dolley (1933) tarafından kaleme alınan ve hisse senedi bölünmelerine karşı hisse senedi fiyatlarının davranışını ortaya koymayı amaçlayan çalışmaya dayanmaktadır. 1960'lı yıllara gelindiğinde çeşitli bilim adamlarının (Myers ve Bakay, 1948; Barker, 1956; Ashley, 1962; Ball ve Brown, 1968) katkılarıyla yöntem daha da geliştirilmiştir. Fama ve ark. 1969 yılında hazırladıkları hisse senedi bölünmeleriyle ilgili çalışmalarından beri, bu yöntem bir olayın varlık getirileri üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla sıklıkla kullanılan yaklaşım olmuştur (Boehmer ve ark., 1991:253).

Olayın tanımlanmasının ardından araştırmanın asıl sorusunu içeren bir hipotezin oluşturulmaktadır. Bir sonraki adım olay tarihinin belirlenmesi, olay ve tahmin pencerelerinin tespit edilmesi olacaktır. Daha sonra olayın gerçekleşmediği bir periyotta normal getirisinin tahmini, uygun bir teknik yardımıyla yapılmaktadır. Olay penceresi içerisinde hesaplanacak anormal getirilerin istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığı test edilerek süreç tamamlanmaktadır (Basdas ve Oran, 2014:168-169).

Olağandışı bir durum olmadığında varlıklara yapılan yatırımdan beklenen getiriyi hesaplamak için bir tahmin penceresi belirlenir. Bu tahmin penceresi için, olay penceresinden önce veya sonra olacak şekilde bir dönem seçilir. Bu sürenin uzun olması başka olayların da etkisini içine alabileceğinden yüksek hassasiyete sahip olabilmektedir. Tahmin penceresi için belirli bir kısıtlama olmamakla birlikte, günlük verilerle yapılacak çalışmalarda tahmin penceresinin 100 ile 300 gün arasında ve aylık verilerle yapılacak çalışmalarda ise 24 ile 60 ay arasında olması makul kabul edilmektedir (Peterson, 1989:38).

Olay analizinin kapsamında getiri hesaplanmasında gerçekleşen fiyatlar üzerinden aritmetik getiriler bulunacaktır. Aritmetik getiri, günlük veriler arasındaki değişim hesaplanarak bulunur.

$$R_{it} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Burada R_{it} ilgili varlığın t zamanındaki getirisini, P_t varlığın t zamanındaki gerçekleşen fiyatını, P_{t-1} ise varlığın $(t-1)$ zamanında gerçekleşen fiyatını ifade etmektedir.

Anormal getirilerin hesaplanmasında kullanmak amacıyla, ilk önce normal getirisinin tahmin edilmesi gerekmektedir. Normal getiri, herhangi ani olayın meydana gelmediği bir dönemde varlıktan beklenen getiriyi ifade eder. Normal getirilerin, olay penceresi etrafındaki bir dönem için tahmin edilebilir olmasıyla birlikte, genellikle olay penceresinden önceki bir dönem tercih edilmektedir (Peterson, 1989:38). Normal getirilerin hesaplanmasında birçok farklı yöntem mevcut olsa da çalışma kapsamındaki verilerin yapısı itibarıyla ortalama düzeltilmiş getiri modelinin (mean adjusted return model) kullanılması uygun görülmüştür. Bu yöntem, olay tarihinden sonraki dönemde beklenen getirilerin, geçmişte gerçekleşen getirilerin

ortalamasından çok fazla sapma göstermeyeceği varsayımına dayanmaktadır (Brown ve Warner, 1980:207-208).

$$\bar{R} = \frac{1}{t_2 - t_1 + 1} \sum_{t=t_1}^{t_2} R_{it}$$

\bar{R} normal getiriyi ifade etmekte olup, t_1 ve t_2 sırasıyla tahmin penceresinin başlangıç ve bitiş tarihlerinin göstermektedir.

Olay çalışmalarının çıkış noktasını oluşturan anormal getiriler, olay penceresi içinde gerçekleşen getiriler ile normal getiriler (beklenen getiriler) arasındaki farkı ifade etmektedir.

$$AR_{it} = R_{it} - \bar{R}$$

AR_{it} (abnormal return), bir yatırım aracına ait t zamanındaki anormal getiriyi göstermektedir. Olay penceresi içerisinde olayın etkisinin görülebilmesi kümülatif anormal getirilerin hesaplanması gerekmektedir. Bu getiriler, belirlenmiş tarih aralıklarında gerçekleşen anormal getirilerin sırasıyla toplanması şeklinde hesaplanır (MacKinlay, 1997:21):

$$CAR_{i(t_1,t_2)} = \sum_{t=t_1}^{t_2} AR_{it}$$

Burada $CAR_{i(t_1,t_2)}$, ilgili varlığın t_1 ve t_2 tarihleri aralığındaki kümülatif anormal getirisini ifade etmektedir.

Son aşamada, belirlenmiş hipotezlerin istatistiksel olarak anlamlılığını ölçmek için parametrik tek örneklem t-testi sonuçları hesaplanır. Boş hipotez olan "kümülatif anormal getiriler sıfıra eşittir" iddiasının kabul veya reddi, t-testi istatistiklerine bağlı olacaktır. T-test istatistiği bulmak için, kümülatif anormal getiriler, bu getirilerin varyansının kareköküne bölünür. Asimptotik olarak, t değerinin standart normal dağılım göstermesi beklenir.

$$t = \frac{CAR_{i(t_1,t_2)}}{[var(CAR_{i(t_1,t_2)})]^{1/2}}$$

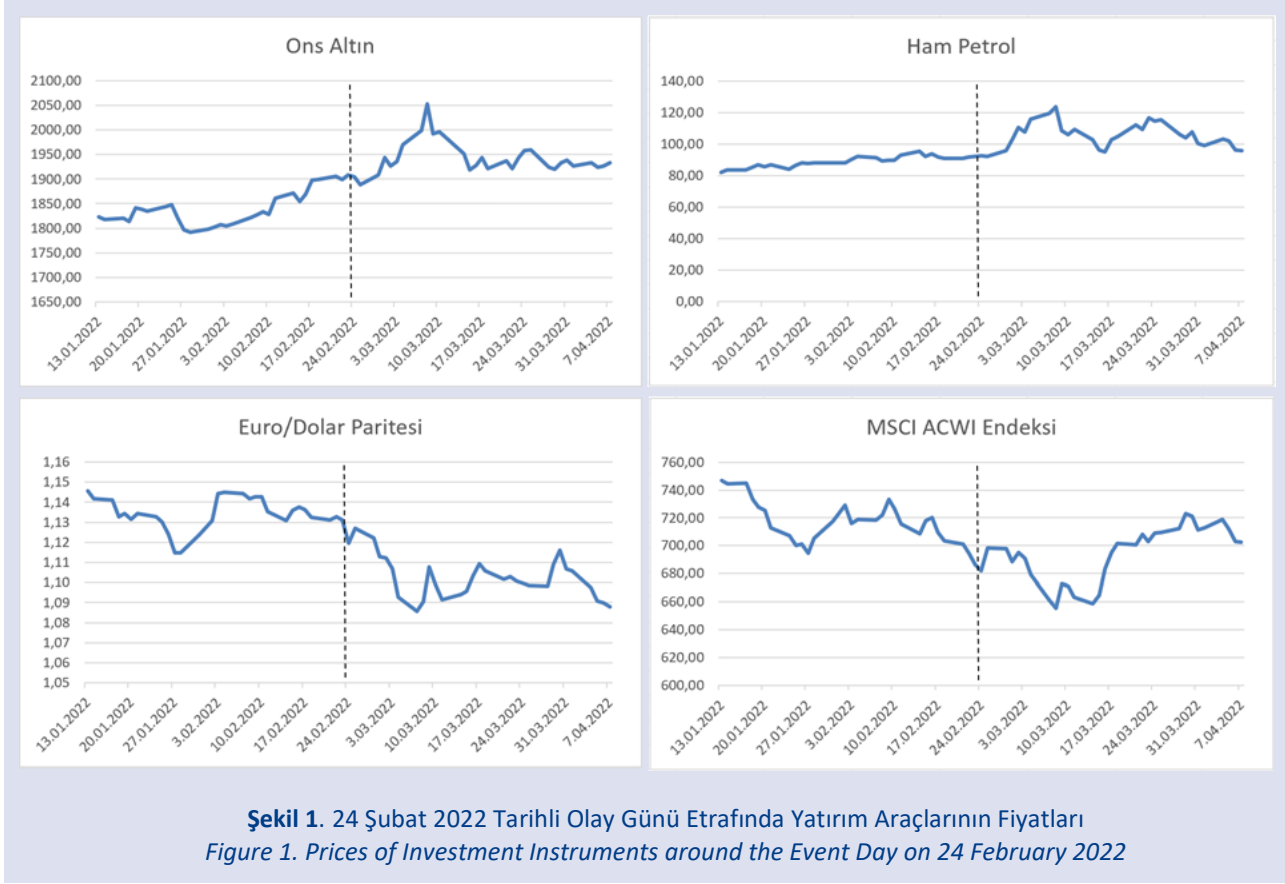
Çalışmada olay tarihi olarak, Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırıya geçtiği tarih olan 24 Şubat 2022 tarihi seçilmiştir. Bu tarih esas alınarak, öncesi ve sonrası olacak şekilde olay pencereleri tahmin edilmiştir. İlgili pencere aralığının tespiti, araştırmanın konusuna göre değişiklik gösterebildiği gibi, yapılan bu çalışmada olayın süreye bağlı etkilerini daha ayrıntılı görebilmek amacıyla 4 farklı olay penceresi $[(-3,+3), (-5,+5), (-10,+10), (-15,+15)]$ belirlenmiştir.

Olay pencereleri içerisinde anormal getirilerin bulunmasında gerekli olan normal getirilerin hesaplanması için literatürde yer alan çalışmalara (Afik ve ark., 2022:2; Sun ve ark., 2022:2) benzer bir şekilde $[-20, -200]$ periyodu tahmin penceresi olarak seçilmiştir.

Çalışmanın amacına yönelik test edilecek hipotezler aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

$H_0 : CAR_{i(t_1,t_2)} = 0$ (Rusya-Ukrayna Savaşı'nın varlık getiri oranları üzerinde etkisi olmamıştır)

$H_1 : CAR_{i(t_1,t_2)} \neq 0$ (Rusya-Ukrayna Savaşı'nın varlık getiri oranları üzerinde etkisi olmuştur)



Kaynak: Thomson Reuters Eikon veri tabanı kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Bulgular

Çalışmada öncelikle, olay tarihi olarak belirlenmiş olduğumuz 24 Şubat 2022 tarihi dolaylarında ilgili yatırım araçlarına ait fiyat düzeylerine ilişkin grafikler oluşturulmuştur.

Grafiklerden de anlaşılacağı üzere, Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırıya geçmesiyle altın ve petrol piyasalarında hızlı bir yükselme görülmüştür. Bunun aksine, olay tarihinden sonraki kısa dönem için gelişmiş ve gelişmekte olan dünya borsalarında (MSCI ACWI endeksi) ve euro/dolar paritesinde aşağı yönlü hareketlilik gözlemlenmiştir. Teorik olarak, piyasalarda görülen bu yöndeki hareketliliklerin beklenen bir durum olduğu söylenebilir.

Olay tarihinden sonra gerçekleşen bu hareketliliklerden kaynaklanan kazanç ve kayıpların istatistiksel olarak anlamlılığının ölçülmesi gerekmektedir. Çizelge 1 üzerinde olay tarihinin 15 gün öncesi ve sonrası aralığında günlük olarak farklı yatırım araçları için hesaplanmış anormal getirilerin test sonuçları gösterilmiştir.

Çizelge 1'e bakıldığında çoğu anormal getirinin istatistiksel bir anlamlılığa sahip olmadığı görülmektedir. Her bir yatırım aracı tek tek yorumlanacak olursa; olay tarihinden sonraki 8. gün ons altın, yatırımcısına normalin üzerinde bir getiri sağlarken, 9., 12. ve 13. günler normalin altında bir getiri sağlamıştır. Ham petrolün spot anormal getirileri incelendiğinde, olay tarihinden sonraki 3. ve 15.

günler normalin üzerinde bir getiri görülürken, 9. gün normalin altında bir getiri sağlandığı görülmektedir. Euro/dolar paritesinde olay tarihinden önceki 15. günde normalin üzerinde bir getiri sağlandığı görülürken, olay tarihinden sonraki 6. ve 9. günlerde normalin altında bir getiri elde edilmiştir. Dünya borsalarını temsilen seçilmiş olan MSCI ACWI endeksine anormal getirilere bakıldığında, olay tarihinden sonraki 7. günde normalin altında bir getiri sağlandığı görülürken, 1., 9. ve 14. günlerde ise normalin üstünde getirilerin elde edildiği görülmüştür.

Çizelge 2'de söz konusu yatırım araçlarından biri olan ons altın için farklı dönemler içerisinde hesaplanmış olan kümülatif anormal getiriler, bu getirilerin varyansı ve test sonuçları görülmektedir. Çizelgeden de anlaşılacağı üzere, hipotez kapsamında belirlenmiş olan tüm olay pencereleri için kümülatif anormal getiriler %5 düzeyinde bir anlamlılığa sahiptir. Aynı zamanda [-15, 0] ve [-10, 0] dönemlerinde de kümülatif getirilerin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, olay öncesi dönemde yatırımcıların olayın gerçekleşeceği beklentisiyle altına yatırım yaparak piyasanın üzerinde bir getiri elde ettiklerini göstermektedir.

Çizelge 3'te farklı dönemler için ham petrolün kümülatif anormal getirilerine ait sonuçlara yer verilmiştir. Burada sadece tek bir dönem için (-3, +3 penceresi) anlamlı kümülatif anormal getirinin elde edildiği görülmektedir. Bu durum olayın, ham petrol fiyatları üzerinde kısa süreli bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Çizelge 1: Farklı Yatırım Araçlarına Ait Anormal Getiri Ölçümleri**Table 1:** Abnormal Return Measurements for Different Investment Instruments

Gün	Ons Altın			Ham Petrol			Euro/Dolar			MSCI ACWI		
	Anormal Getiri	Z testi	P değeri	Anormal Getiri	Z testi	P değeri	Anormal Getiri	Z testi	P değeri	Anormal Getiri	Z testi	P değeri
-15	-0,0012	-0,3295	0,3707	0,0208	0,3936	0,3483	0,0124	2,0275	0,0212	-0,0177	-1,1991	0,1151
-14	0,0019	-0,0567	0,4761	0,0204	0,3843	0,3520	0,0012	0,2096	0,4168	0,0036	0,3734	0,3557
-13	0,0073	0,4029	0,3446	-0,0125	-0,3835	0,3520	-0,0001	-0,0023	0,5000	-0,0008	0,0507	0,4801
-12	0,0032	0,0530	0,4801	-0,0235	-0,6392	0,2611	-0,0019	-0,2850	0,3859	0,0051	0,4854	0,3121
-11	0,0038	0,1073	0,4562	0,0014	-0,0597	0,4761	0,0014	0,2382	0,4052	0,0156	1,2568	0,1038
-10	-0,0027	-0,4572	0,3228	0,0005	-0,0808	0,4681	0,0007	0,1249	0,4522	-0,0094	-0,5861	0,2776
-9	0,0184	1,3583	0,0869	0,0338	0,6983	0,2420	-0,0061	-0,9648	0,1685	-0,0150	-0,9942	0,1611
-8	0,0056	0,2560	0,3974	0,0233	0,4537	0,3264	-0,0034	-0,5302	0,2981	-0,0100	-0,6269	0,2643
-7	-0,0091	-1,0033	0,1587	-0,0375	-0,9672	0,1660	0,0050	0,8259	0,2033	0,0133	1,0907	0,1379
-6	0,0084	0,4975	0,3085	0,0153	0,2651	0,3936	0,0018	0,3101	0,3783	0,0032	0,3410	0,3669
-5	0,0157	1,1263	0,1292	-0,0223	-0,6117	0,2709	-0,0007	-0,0883	0,4641	-0,0149	-0,9894	0,1611
-4	0,0006	-0,1719	0,4325	-0,0095	-0,3137	0,3783	-0,0028	-0,4301	0,3336	-0,0086	-0,5221	0,3015
-3	0,0041	0,1290	0,4483	-0,0020	-0,1381	0,4443	-0,0007	-0,0891	0,4641	-0,0035	-0,1495	0,4404
-2	-0,0037	-0,5379	0,2946	0,0072	0,0772	0,4681	0,0019	0,3253	0,3707	-0,0091	-0,5591	0,2877
-1	0,0052	0,2205	0,4129	0,0001	-0,0899	0,4641	-0,0008	-0,1176	0,4522	-0,0120	-0,7783	0,2177
0	-0,0020	-0,3968	0,3446	0,0057	0,0419	0,4840	-0,0099	-1,5903	0,0559	-0,0062	-0,3523	0,3632
1	-0,0080	-0,9109	0,1814	-0,0087	-0,2941	0,3859	0,0073	1,1945	0,1170	0,0243	1,8955	0,0287
2	0,0109	0,7148	0,2389	0,0363	0,7558	0,2236	-0,0038	-0,5922	0,2776	-0,0008	0,0523	0,4801
3	0,0189	1,3991	0,0808	0,0782	1,7350	0,0409	-0,0079	-1,2580	0,1038	-0,0135	-0,8890	0,1867
4	-0,0086	-0,9627	0,1685	0,0676	1,4875	0,0681	-0,0001	0,0094	0,4960	0,0093	0,7895	0,2148
5	0,0048	0,1864	0,4247	-0,0285	-0,7566	0,2236	-0,0045	-0,7031	0,2420	-0,0061	-0,3422	0,3669
6	0,0174	1,2763	0,1003	0,0724	1,5987	0,0548	-0,0122	-1,9491	0,0256	-0,0166	-1,1127	0,1335
7	0,0152	1,0823	0,1401	0,0302	0,6126	0,2709	-0,0061	-0,9690	0,1660	-0,0273	-1,9051	0,0281
8	0,0274	2,1294	0,0166	0,0340	0,7027	0,2420	0,0048	0,7967	0,2129	-0,0080	-0,4847	0,3156
9	-0,0294	-2,7477	0,0030	-0,1233	-2,9691	0,0015	0,0165	2,6924	0,0036	0,0260	2,0229	0,0217
10	0,0023	-0,0218	0,4920	-0,0267	-0,7137	0,2389	-0,0077	-1,2319	0,1093	-0,0020	-0,0363	0,4840
11	-0,0052	-0,6681	0,2514	0,0292	0,5908	0,2776	-0,0063	-0,9927	0,1611	-0,0115	-0,7388	0,2296
12	-0,0171	-1,6969	0,0446	-0,0598	-1,4877	0,0681	0,0030	0,5115	0,3050	-0,0074	-0,4401	0,3300
13	-0,0169	-1,6722	0,0475	-0,0658	-1,6272	0,0516	0,0018	0,3035	0,3821	0,0094	0,8016	0,2119
14	0,0055	0,2468	0,4013	-0,0165	-0,4770	0,3156	0,0077	1,2628	0,1038	0,0276	2,1377	0,0162
15	0,0078	0,4476	0,3264	0,0815	1,8123	0,0352	0,0058	0,9600	0,1685	0,0177	1,4083	0,0793

Çizelge 2: Ons Altın İçin Anlamlılık Testleri**Table 2.** Significance Tests for Ounce of Gold

Olay Penceresi	CAR	Varyans (CAR)	T-test
[-15, +15]	0,0803	0,001194	2,3247*
[-10, +10]	0,0912	0,000929	2,9930*
[-5, +5]	0,0378	0,000094	3,8884*
[-3, +3]	0,0189	0,000085	2,0500*
[0, +15]	0,0229	0,000518	1,0069
[-15, 0]	0,0554	0,000450	2,6094*
[0, +10]	0,0488	0,000706	1,8373
[-10, 0]	0,0404	0,000220	2,7207*

* %5 düzeyinde bir istatistiksel anlamlılığa sahiptir (CAR'ların anlamlılığına ilişkin sıfır hipotezi reddedilmiştir).

Çizelge 3: Ham Petrol İçin Anlamlılık Test Sonuçları**Table 3.** Significance Test Results for Crude Oil

Olay Penceresi	CAR	Varyans (CAR)	T-test
[-15, +15]	0,1213	0,007498	1,4010
[-10, +10]	0,1461	0,009343	1,5150
[-5, +5]	0,1241	0,004850	1,7827
[-3, +3]	0,0782	0,000942	2,5491*
[0, +15]	0,1060	0,007762	1,2026
[-15, 0]	0,0211	0,000274	1,2721
[0, +10]	0,1373	0,009430	1,4140
[-10, 0]	0,0145	0,000313	0,8218

* %5 düzeyinde bir istatistiksel anlamlılığa sahiptir (CAR'ların anlamlılığına ilişkin sıfır hipotezi reddedilmiştir).

Çizelge 4: Euro/Dolar Paritesi İçin Anlamlılık Test Sonuçları**Table 4. Significance Test Results for Euro/Dollar Parity**

Olay Penceresi	CAR	Varyans (CAR)	T-test
[-15, +15]	-0,0036	0,000178	-0,2678
[-10, +10]	-0,0286	0,000165	-2,2297*
[-5, +5]	-0,0219	0,000054	-2,9775*
[-3, +3]	-0,0079	0,000034	-1,3494
[0, +15]	-0,0115	0,000100	-1,1483
[-15, 0]	-0,0021	0,000017	-0,4994
[0, +10]	-0,0235	0,000123	-2,1214*
[-10, 0]	-0,0150	0,000016	-3,7091*

* %5 düzeyinde bir istatistiksel anlamlılığa sahiptir (CAR'ların anlamlılığına ilişkin sıfır hipotezi reddedilmiştir).

Çizelge 5: MSCI ACWI Endeksi İçin Anlamlılık Testleri**Table 5. Significance Tests for MSCI ACWI Index**

Olay Penceresi	CAR	Varyans (CAR)	T-test
[-15, +15]	-0,0453	0,000977	-1,4490
[-10, +10]	-0,0868	0,000754	-3,1623*
[-5, +5]	-0,0411	0,000131	-3,5914*
[-3, +3]	-0,0135	0,000165	-1,0540
[0, +15]	0,0147	0,000479	0,6730
[-15, 0]	-0,0663	0,000400	-3,3142*
[0, +10]	-0,0210	0,000462	-0,9766
[-10, 0]	-0,0721	0,000398	-3,6119*

* %5 düzeyinde bir istatistiksel anlamlılığa sahiptir (CAR'ların anlamlılığına ilişkin sıfır hipotezi reddedilmiştir).

Savaşın ortaya çıkmasıyla döviz piyasalarında, özellikle de euro/dolar paritesinde gözlemlenen anormal getirilerin test sonuçlarına Çizelge 4'te yer verilmiştir. Çizelgeye göre, [-5, +5] ve [-10, +10] olay pencerelerinde negatif kümülatif anormal getirilerin anlamlı olduğu sonucuna varabiliriz. Buna ilave olarak, olay tarihinden 10 gün önce ve 10 gün sonra olacak şekilde belirlenen iki farklı periyotta da anlamlı getiriler söz konusudur.

Son olarak, dünya borsalarını temsilen seçilen MSCI ACWI endeksine ait anlamlılık testleri incelenmiştir. Euro/dolar paritesinde olduğu gibi, bu endeks için de [-5, +5] ve [-10, +10] olay pencerelerinde hesaplanan kümülatif anormal getirilerin negatif yönde bir anlamlılığa sahip oldukları görülmektedir. Olay tarihinden önceki periyotlarda ([-15, 0] ve [-10, 0] dönem aralıklarında) oluşan kümülatif getiriler %5 düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

Sonuç

Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırıya geçmesinin ardından ABD ve Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere çoğu dünya ülkesinden Rusya'ya karşı birçok alanda yaptırım kararları geldi. Günümüzde de devam eden bu yaptırım kararlarının dünya piyasalarına etkisi kaçınılmaz olacaktır.

Çalışmada Rusya-Ukrayna savaşının ortaya çıkmasının piyasalar üzerindeki etkisi olay çalışması metodolojisi ile araştırılmaya çalışılmıştır. Farklı piyasaların gerçekleşen bu olaya karşı nasıl bir tepki verdiklerini görebilmek amacıyla bu piyasaları temsilen farklı yatırım araçları seçilmiştir. Çalışmanın temel bulgularına göre, seçili tüm yatırım araçları farklı periyotlarda olumlu veya olumsuz bir şekilde ilgili olaya tepki göstermişler.

Olay tarihinden önceki ve sonraki 15 günlük periyotta her bir yatırım aracına ait günlük anormal getirilerin testinin yapılmasında z-test istatistiğinden yararlanılmıştır. İncelenen bu tarih aralığında bazı günler hariç çoğu tarihte istatistiksel olarak anlamsız anormal getirilerin olduğu görülmüştür.

Kümülatif anormal getiriler açısından sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, farklı olay pencereleri içerisinde ons altın ve ham petrolün olaya pozitif tepki verdiği gözlemlenirken, euro/dolar paritesi ve MSCI ACWI endeksi olaya negatif yönde bir tepki göstermiştir. Tüm olay pencerelerinde ons altın fiyatları, anlamlı kümülatif anormal getiriler sağlamıştır. Bu bulgu, altının olaya tepkisinin çok güçlü olduğunu göstermektedir. Altından farklı olarak, ham petrol spot fiyatları sadece olarak en kısa olay penceresi dahilinde (-3, +3) olaya pozitif tepki göstermiştir. Buradan ham petrol fiyatlarının savaş olayına kısa süreli bir tepki gösterdiği anlaşılmaktadır. Savaşın ortaya çıkması, euro/dolar paritesini ve global hisse senedi endeksini olumsuz yönde etkilemiştir. Şöyle ki, hem euro/dolar paritesi, hem de MSCI ACWI endeksi (-5, +5) ve (-10, +10) olay pencerelerinde negatif getiriler sağlamıştır.

Bütün bu değerlendirmeler sonucunda, önceden belirlenmiş dört farklı piyasada yatırım yapılarak normalin üzerinde veya altında getiriler sağlanabildiği sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, piyasalarda bu ölçüde anlamlı anormal getirilerin görülmesi, söz konusu piyasaların yarı güçlü formda dahi etkin olmadığını kanıtlar niteliktedir.

Sonuç olarak, yapılan bu çalışmada bazı kısıtlamaların olduğu göz önünde bulundurularak, Rusya-Ukrayna çatışmasının belli yatırım araçları üzerine olan etkisi incelenmeye çalışılmıştır. Bu nedenle, gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı emtia türleri ve kripto para piyasaları üzerinde savaşın oluşturduğu etkiler, ister olay çalışması

metodolojisi kullanılarak, isterse farklı analiz yöntemleri kullanılarak incelenebilir.

Extended Summary

The IMF declared on March 5, 2022, that the war in Ukraine posed a negative shock to inflation and business activity amid the already high price pressures following Russian President Vladimir Putin's decision to launch a military offensive against Ukraine on February 24, 2022. As the global economy slowly starts to recover from the COVID-19 epidemic, this crisis has made the climate for policymaking more difficult (European Parliament, 2022). This dispute is at a level where it might impact global commodities and financial markets because of Russia's significant role in the world's energy markets and the size of its economy. It will be difficult to switch such a large number of imports to new providers if Russia cuts off natural gas due to the sanctions the European Union has placed on Russia. After the conflict between Russia and Ukraine, this circumstance led to a decline in the Euro/Dollar parity (Eğilmez, 2022). As predicted, gold prices rose roughly a month after the attack. Gold is seen as a "safe haven" during times of political unrest and economic turmoil. For all nations that are not oil producers, the Russia-Ukraine rivalry will continue to have a major detrimental impact.

From this point of view, it is critical to understand how investors reacted to the crisis to fully comprehend the tension between Russia and Ukraine. The purpose of this study is to assess the efficiency of financial markets and to ascertain how the tension between Russia and Ukraine affects them.

Numerous research employing the event study approach has been published in the literature to examine the impact of unfavourable market circumstances on commodities and financial markets during times of crisis and political unpredictability. Political instability, crises, and extreme volatility concerns all have various effects on financial assets, as demonstrated by studies by Omar et al. (2017), Buigut and Kapar (2020), Ma et al. (2021), and Rasheed et al. (2021).

The impact of the Russia-Ukraine conflict on the markets is examined by Yousaf et al. (2022), Sun et al. (2022), Yatie (2022), Bounkou and Yatié (2022), Ahmed et al. (2022), Sun and Zhang (2022), Chortane and Pandey (2022), Umar et al. (2022), and Boubaker et al. (2022). The results indicate that the conflict in question has a detrimental effect on the financial markets as a whole.

There are a number of studies in the finance literature on whether financial markets are efficient. The concept of efficiency here relies on information efficiency. This concept states that in an efficient market, prices include all available information and reflect new information that occurs very quickly. Fama (1970) divided the markets into three different efficiency classes: weak, semi-strong, and strong form. These activity types are shaped by how much of all existing information is reflected in prices. Although there are many different methods, an event study

methodology is one of the methods used to test market efficiency in a semi-strong form. This methodology explains the behaviour of asset prices around an event date.

We use the event study approach to investigate the impact of the Russia-Ukraine war on the financial markets. The daily prices of an ounce of gold, crude oil, the euro/dollar exchange rate, and the MSCI ACWI index are all included in the research's data set. The Arithmetic Mean Approach is used to get the daily rate of returns for each financial instrument using these data. There are various steps to the event study approach. After the event is defined, the event date is selected. After that, we choose the estimation and event window times. The Mean Adjusted Return Model estimates the normal return needed to calculate abnormal returns. This method assumes that the expected returns after the event date will not deviate much from the average of the returns realized in the past. The cumulative abnormal returns (CARs) are statistically evaluated using the one-sample t-test, while the significance of the abnormal returns (ARs) is tested using the z-test statistic.

In this study, February 24, 2022, the date when Russia attacked Ukraine, is chosen as the event date. Based on this date, event windows are estimated as before and after this date. The determination of the event window range may vary depending on the subject of the research, as well as in this study, four different event windows $[(-3,+3), (-5,+5), (-10,+10), (-15,+15)]$ are determined to see the time effects on the event in more detail. Choosing a long event window may reduce the power of the study statistically and may cause false evaluations about the significance of the event. In order to calculate the normal returns required to find the abnormal returns within the event windows, the period $[-20, -200]$ is chosen as the estimation window, similar to the studies in the literature.

The study's key findings reveal that all of the selected financial instruments react to the relevant event in different ways over time, either positively or negatively. When the results are generally evaluated in terms of cumulative abnormal returns, it is seen that ounce gold and crude oil prices react positively to the event within different event windows. In contrast, EUR/USD and MSCI ACWI index prices give a negative reaction to the event. Ounce gold prices provide significant cumulative abnormal returns across all event windows. This shows that the reaction of gold to the event is very strong. Unlike ounce gold, crude oil spot prices react positively to the event only within the shortest event window. From this, it is clearly seen that crude oil prices have a short-term reaction to the war. The breakout of the war has a negative impact on the EUR/USD and the global stock index. Therefore, euro/dollar parity and the MSCI ACWI index show negative returns in $(-5, +5)$ and $(-10, +10)$ event windows.

It has been seen that the event has a beneficial impact on the gold and oil markets but a negative impact on the stock and foreign exchange markets. The way the markets reacted when they learned about the occurrence shows that they are not efficient in the semi-strong version.

Kaynakça

1. Afik, Z., Cohen, T.R., Lahav, Y. (2022). Getting high on cannabis stock returns an event study. *Finance Research Letters*, 46, 102226.
2. Ahmed, S., Hasan, M.M., Kamal, M.R. (2022). Russia–Ukraine crisis: The effects on the European stock market. *European Financial Management*, 1-41.
3. Ashley, J.W. (1962). Stock prices and changes in earnings and dividends: some empirical results. *Journal of Political Economy*, 70(1): 82-85.
4. Ball, R., Brown, P. (1968). An empirical evaluation of accounting income numbers. *Journal of Accounting Research*, 159-178.
5. Barker, C.A. (1956). Effective stock splits. *Harvard Business Review*, 34(1): 101-06.
6. Basdas, U., Oran, A. (2014). Event studies in Turkey. *Borsa Istanbul Review*, 14(3): 167-188.
7. Binder, J. (1998). The event study methodology since 1969. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 11(2): 111-137.
8. Boehmer, E., Musumeci, J., Poulsen, A.B. (1991). Event-study methodology under conditions of event-induced variance. *Journal of Financial Economics*, 30(2): 253-272.
9. Boubaker, S., Goodell, J.W., Pandey, D.K., Kumari, V. (2022). Heterogeneous impacts of wars on global equity markets: Evidence from the invasion of Ukraine. *Finance Research Letters*, 48.
10. Boungou, W., Yatié, A. (2022). The impact of the Ukraine–Russia war on world stock market returns. *Economics Letters*, 215: 1-3.
11. Brown, S.J., Warner, J.B. (1980). Measuring security price performance. *Journal of Financial Economics*, 8(3): 205-258.
12. Buigut, S., Kapar, B. (2020). Effect of Qatar diplomatic and economic isolation on GCC stock markets: An event study approach. *Finance Research Letters*, 37.
13. Chortane, S.G., Pandey, D.K. (2022). Does the Russia-Ukraine war lead to currency asymmetries? A US dollar tale. *The Journal of Economic Asymmetries*, 26: 1-15.
14. Dolley, J.C. (1933). Open market buying as a stimulant for the bond market. *Journal of Political Economy*, 41(4): 513-529.
15. European Commission. (2022). EU trade relations with Russia. Facts, figures and latest developments, Erişim Tarihi: 27.09.2022, https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/russia_en#:~:text=Trade%20picture%26text=The%20EU%20is%20Russia%27s%20biggest,of%20the%20EU%27s%20gas%20imports%2A
16. European Parliament. (2022, Mart 11). EU economic and financial developments: Weekly Picks, Erişim Tarihi: 27.09.2022, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/689436/IPOL_BRI\(2022\)689436_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/689436/IPOL_BRI(2022)689436_EN.pdf)
17. Eğılmez, M. (2022, Mart 6). Ukrayna Savaşının Ekonomik Etkileri: Güncel Değerlendirme, Erişim Tarihi: 27.09.2022, Kendime Yazılar: <https://www.mahfiegilmez.com/2022/03/ukrayna-savasnn-ekonomik-etkileri.html>
18. Fama, E.F., Fisher, L., Jensen, M.C., Roll, R. (1969). The adjustment of stock prices to new information. *International Economic Review*, 10(1): 1-21.
19. Fama, E.F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance*, 25(2): 383-417.
20. Ma, R.R., Xiong, T., Bao, Y. (2021). The Russia-Saudi Arabia oil price war during the COVID-19 pandemic. *Energy Economics*, 102.
21. MacKinlay, A.C. (1997). Event studies in economics and finance. *Journal of Economic Literature*, 35(1): 13-39.
22. Myers, J.H., Bakay, A.J. (1948). Influence of stock split-ups on market price. *Harvard Business Review*, 26(2): 251-255.
23. Omar, A.M., Wisniewski, T.P., Nolte, S. (2017). Diversifying away the risk of war and cross-border political crisis. *Energy Economics*, 64: 494-510.
24. Peterson, P.P. (1989). Event studies: A review of issues and methodology. *Quarterly Journal of Business and Economics*, 36-66.
25. Rasheed, H., Ahmad, H., Javid, A.Y. (2021). Gold vs. PSX sectors during political uncertainties: An event study analysis. *IBA Business Review*, 16(2): 1-20.
26. Roache, S.K., Rossi, M. (2010). The effects of economic news on commodity prices. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 50(3): 377-385.
27. Santomero, A.M., Babbel, D.F. (2001). Financial markets, instruments, and institutions. McGraw-Hill College.
28. Sun, M., Zhang, C. (2022). Comprehensive analysis of global stock market reactions to the Russia-Ukraine war. *Applied Economics Letters*, 1-8.
29. Sun, M., Song, H., Zhang, C. (2022). The effects of 2022 Russian invasion of Ukraine on global stock markets: An event study approach. Available at SSRN 4051987.
30. Umar, Z., Polat, O., Choi, S.Y., Teplova, T. (2022). The impact of the Russia-Ukraine conflict on the connectedness of financial markets. *Finance Research Letters*, 48.
31. Yatie, A. (2022, March 23). Failure of Gold, Bitcoin and Ethereum as safe havens during the Ukraine-Russia war. *Bordeaux Economics Working Papers*, 1-8.
32. Yousaf, I., Patel, R., Yarovaya, L. (2022). The reaction of G20+ stock markets to the Russia-Ukraine conflict. *SSRN Electronic Journal*.



Evaluation of the Competitiveness Power of the Turkish Civil Air Transport Industry

Murat Ahmet Doğan^{1-a*}, Ebül Muhsin Doğan^{2-b}

¹Samsun Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, Havacılık Yönetimi Bölümü, Samsun, Türkiye

²Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Samsun, Türkiye

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 01.03.2023

Accepted: 27.03.2023

Acknowledgment

This study is derived from Murat Ahmet Doğan's PhD Thesis entitled "The Effect of Liberalisation in the Turkish Civil Air Transport Market on the Production and Marketing Efficiency and Competitiveness of Turkish Air Carriers", conducted under the supervision of Prof. Dr. Ebül Muhsin Doğan.

ABSTRACT

Consumers' satisfaction in the process, from purchasing goods and services to meeting their household needs, undoubtedly affects their general judgments about their lives. The experiences obtained as a result of consumption expenditures show that the individual has high life satisfaction at the micro level; at the macro level, it is accepted as an indicator of the happiness and quality of life of the society. In this study, the effect of satisfaction in the consumer living space and the self-control that consumers have in their expenditures on life satisfaction is examined. The study was applied to households residing in Istanbul and 600 questionnaires were evaluated. In the study, the consumer well-being scale developed by Lee et al. (2002) and adapted by Sirgy et al. (2008) and used in their studies; the life satisfaction scale developed by Diener et al. (1985); The consumer spending self-control scale developed by Haws et al. (2012) was used. SPSS 22.0 and M-PLUS 8.2 package statistical programs were used in the analysis of the data. Frequency distributions and demographic characteristics of the participants were examined; reliability and regression analyses were performed. As a result of the research, it was found that the product quality, the availability of the desired products, prices, store ambience, staff courtesy, return and exchange policies, acquisition satisfaction expressing working hours and consumption service usage satisfaction had a negative effect on life satisfaction. It was concluded that consumer spending self-control, which has the ability to monitor and regulate consumers' thoughts and decisions about spending by the standards they set, has a positive effect on life satisfaction.

Key words: consumer well-being, consumer spending self-control, life satisfaction, consumer behavior

Jel Codes: D10, I31

Türk Sivil Hava Taşımacılığı Endüstrisinin Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi

Süreç

Geliş: 01.03.2023

Kabul: 27.03.2023

Bilgi:

Bu çalışma, Murat Ahmet Doğan tarafından Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Prof. Dr. Ebül Muhsin Doğan danışmanlığında yürütülen "Türk Sivil Hava Taşımacılığı Piyasasında Serbestleşmenin Türk Hava Taşıyıcılarının Üretim ve Pazarlama Etkinliği ile Rekabet Gücüne Etkisi" başlıklı Doktora Tez'inden türetilmiştir.

License



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

Öz

Tüketicilerin hane ihtiyaçlarını gidermek için mal ve hizmetleri satın alımlarından elden çıkarmalarına kadar geçen süreçteki memnuniyetleri kuşkusuz yaşamları hakkındaki genel yargılarını etkilemektedir. Tüm tüketim harcamaları sonucunda elde edilen deneyimler mikro düzeyde bireyin yüksek yaşam doyumuna sahip olduğunu; makro düzeyde ise toplumun mutluluğunun ve yaşam kalitesinin yüksek olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada, tüketici yaşam alanındaki memnuniyetin ve tüketicilerin harcamalarında sahip oldukları öz-kontrolün yaşam doyumları üzerindeki etkisi incelenmektedir. Çalışma İstanbul ilinde ikamet eden hanehalklarında uygulanmış ve 600 anket değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada Lee ve diğerleri (2002) tarafından geliştirilen ve Sirgy ve diğerleri (2008) tarafından uyarlanarak çalışmalarında kullandıkları tüketici iyi oluşu ölçeği; Diener ve diğerleri (1985) tarafından geliştirilen yaşam doyum ölçeği; Haws ve diğerleri (2012) tarafından geliştirilen tüketici harcama öz-kontrolü ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.0 ve M-PLUS 8.2 paket istatistik programlarından faydalanılmıştır. Katılımcıların frekans dağılımları, demografik özellikleri incelenmiş; güvenilirlik ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırma sonucunda yerel perakendecilerin ürün kalitesi, istenilen ürünlerin bulunması, fiyatları, mağaza ambiyansı, personel nezaketi, iade ve değişim politikaları, çalışma saatlerini ifade eden "sahip olma memnuniyetinin" ve tüketim hizmeti kullanım memnuniyetinin yaşam doyumunu üzerinde negatif etkisi olduğu; tüketicilerin harcama ile ilgili düşüncelerini ve kararlarını kendi belirlediği standartlara uygun şekilde izleme ve düzenleme yeteneği olan harcama öz-kontrolünün pozitif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: tüketici iyi oluşu, tüketici harcama öz-kontrolü, yaşam doyum, tüketici davranışları

muratahmet.doğan@samsun.edu.tr <https://orcid.org/0000-0002-4646-616X>

mdoğan@omu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0281-6217>

How to Cite: Doğan Murat Ahmet, Doğan Ebül Muhsin (2023) Evaluation of the Competitiveness Power of the Turkish Civil Air Transport Industry, Journal of Economics and Administrative Sciences, 24 (2): 266-278.

Giriş

Dünyadaki tüm ekonomilerdeki en önemli iç görülerden biri ticaretten kazanç sağlanması gerekliliğidir (Krugman & Wells, 2018). Her ülke ekonomisinin de uzmanlıklarına göre üretim olanakları eğrisi bulunmaktadır ve ürün/hizmet üretmek için de kaynakların kullanımıyla ilgili seçeneklerle karşı karşıyadır (Mankiw vd. , 2020). Bu sebeple bir ülke ürettiği ürün/hizmet miktarında artış sağlamayı planlıyorsa üretimde kullanılan faktörleri artırarak üretim olanakları eğrisini genişletebilir, kullanılan faktörlerde verimlilik artışına gidilebilir ya da üretim olanakları eğrisindeki genişlemeyi sağlamak için ticaret hacmini genişletmeyi seçebilir (Mankiw vd. , 2020). Bu kapsamda ülkeler günümüzde ticaretlerini karşılaştırmalı üstünlüklerini planlayarak gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Her ülke rakipleriyle benzer ürünleri üretebilir, ancak bulunduğu piyasada rekabet edebilmesi için fırsat maliyetinin rakibine benzer veya rakibinden daha düşük olması gerekliliği söz konusudur (Acemoglu vd. , 2019). Bu yüzden sürdürülebilir bir rekabet gücüne sahip olabilen işletmeler bu güçle faaliyette oldukları piyasalarda varlıklarını devam ettirebilmeleri için faktör verimliliğine büyük önem vermektedirler.

Sivil hava taşımacılığı endüstrisinde küreselleşmenin etkisiyle hava taşımacılığının serbestleştirilmesi seyahat tercihlerindeki değişim endüstriyi ön plana çıkarmıştır. Serbestleşme sürecinin dünya genelinde hızlanmasıyla Türkiye’de de hava taşımacılığındaki yolcu ve uçak trafiği gelişimi her geçen yıl artmaktadır. Türkiye, 2021 yılı itibarıyla dünya uçak trafiği sıralamasında 6. ve Avrupa uçak trafiği sıralamasında 2. sırada yer almaktadır (DHMI, 2021). Buna karşılık, hava taşımacılığı endüstrisinde kar marjlarının diğer endüstrilere göre düşük seviyelerde gerçekleşmektedir (IATA, 2022). Ayrıca, hava taşımacılığı endüstrisinin ekonomik krizlerden, sağlık salgınlarından ve terör saldırılarından etkilenme düzeyinin yüksek olması da faktör verimliliğinin önemini artırmaktadır. Bu durum hava taşımacılığı endüstrisinin rekabet gücünün değerlendirilmesini ön plana çıkarmaktadır.

Bu doğrultuda, bu çalışmanın amacı, üçlü bir analiz yönteminin kullanılarak kurumsal serbestleşme sürecini tamamlayan Türkiye’nin hava taşımacılığı endüstrisinin rekabet gücünü seçilen diğer bölgelerle karşılaştırmalı incelemektir. İlk olarak, bölgeler arasındaki ticaret modellerinin endüstri bazlı değerlendirilmesinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) analizi kullanılmaktadır. İkinci olarak, toplam faktör verimliliği (TFV) değişiminin hangi alandan olduğunun tespiti için Malmquist İndeks analizi tercih edilmektedir. Son olarak da seçilen havayolu işletmelerinin birim maliyet, gelir ve kar verileri kullanılarak rekabet üstünlüğünün birim bazlı tespiti yapılmaktadır. Bu üç analizin bütünlük değerlendirilmesiyle Porter (1990) tarafından oluşturulan “elmas modeli” analizi tamamlanmış olacaktır. Elmas modelinden yararlanılarak Türkiye’nin rekabet üstünlüğünü nasıl sağladığının açıklanması planlanmakta olup, bu çalışmada şu sorulara yanıtlar aranmaktadır:

Türk sivil hava taşımacılığı endüstrisinin rekabet gücü düzeyi nedir?

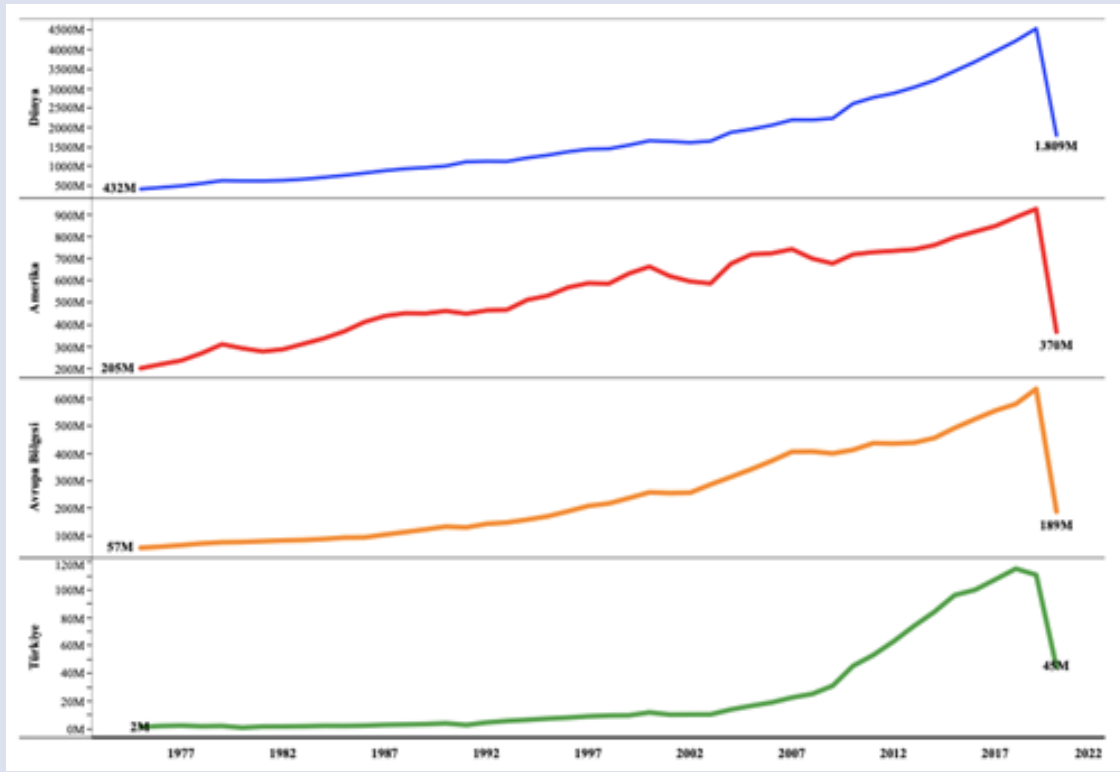
Türk hava taşımacılığının kurumsal serbestleşmesi Türkiye’nin ve havayolu işletmelerinin rekabet gücünü nasıl etkilemiştir?

Bu çalışma, Türk sivil hava taşımacılığının rekabet gücünün anlaşılmasına katkı sağlayacağından ekonomik kalkınma için önemli olabilir. Buna ek olarak, çalışma, Türk sivil hava taşımacılığı endüstrisinin uluslararası rekabet gücü düzeyine ilişkin veriler sunmaktadır. Türkiye’nin sivil hava taşımacılığı endüstrisindeki politika yapıcılar ve taşıyıcılar için kalkınma planları için değerli olabilir. Çalışma kapsamında, ilk bölümde Dünya ve Türkiye sivil havacılık endüstrilerinin gelişimi sunulmaktadır. Üçüncü bölümde literatürde rekabet gücü ile ilgili yapılmış çalışmaların özetlerine, dördüncü bölümde çalışmanın yöntemi ve beşinci bölümde çalışmanın bulgularına yer verilmektedir.

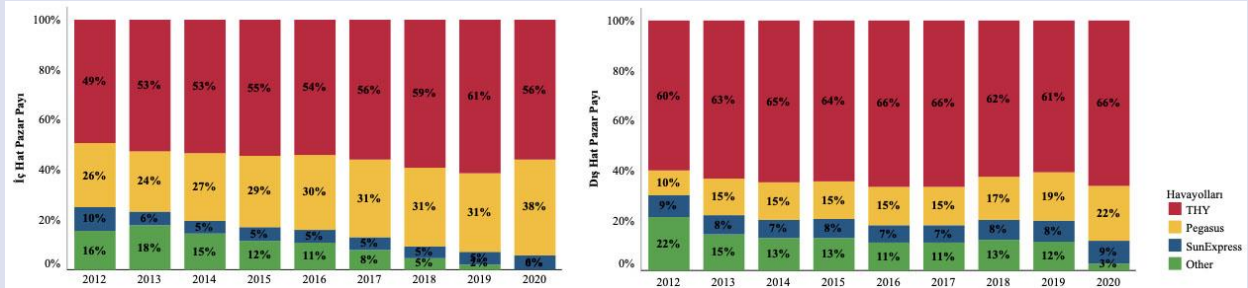
Dünya ve Türkiye Hava Taşımacılığı Endüstrisinin Gelişimi

Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, karşılanabilir bir maliyetle ve hızlı seyahat imkânı sağlayan sivil hava taşımacılığının büyümesini ivmelendirmiştir. Dünyada hava taşımacılığı yoluyla taşınan yolcu sayısı 1970’lerden günümüze kadar hızlı bir artış göstermiş ve 2018 yılında 4,3 milyara ulaşmış olup, benzer gelişmeler Türkiye ve diğer bölgelerde de yaşanmaktadır (Şekil 1). Küreselleşmenin doğal bir sonucu olarak bölgeler birbirleriyle her alanda entegre olmak istemekte ve bu etkileşimde insan hareketliliğinin artmasına sebep olmuştur. Bu zaman diliminde küreselleşme bağlamında yaşanan gelişmeler sivil havacılık endüstrisini olumlu yönde etkilemiştir. Bu süreç içerisinde salgınlar, ekonomik krizler ve terör saldırıları endüstriyi olumsuz yönde etkilemiş olup, son 30 yılda Covid-19 pandemisinin sivil hava taşımacılığını dünya genelinde en fazla zarar veren vaka olduğu gözlemlenmektedir.

Zamandan tasarruf etme eğilimi günümüzde zamanın fırsat maliyetinin her geçen gün artmasına ve bunun doğal sonucu olarak seyahat etmek isteyen insanları havayolu seyahatine yönlendirmektedir. Bu sebeple, sivil hava taşımacılığına giderek artan bu talep, havayollarının yeni pazarlara erişmesine fırsat sağlayacak yeni açılımların yapılmasına sebep olmaktadır. Bu kapsamdaki ilk hareket, 1978 yılında ABD’deki havayolu işletmelerinin iç hat pazarlarına ek olarak dış hat pazarlarında da büyüme isteği sivil havacılıkta serbestleşme sürecinin başlatılmasıdır (Goetz & Vowles, 2009). Bu süreç literatürde sivil havacılığın serbestleştirilmesi veya liberalleştirilmesi olarak adlandırılmıştır. ABD’deki sivil havacılık endüstrisinin serbestleşme süreciyle birlikte havacılıkta hızlı bir gelişim başlatılmış olup, benzer serbestleşme süreçlerinin farklı zaman dilimlerinde dünyanın diğer bölgelerinde/ülkelerinde uygulanmasına imkan sağlamıştır.



Şekil 1. Dünyada Taşınan Yolcu Sayısı (Dünya Bankası verilerinden oluşturulmuştur)
Figure 1. Number of Passengers Transported in the World (Created from World Bank data)



Şekil 2. Türkiye Havayolu İşletmelerinin Pazar Payları (DHMİ verilerinden oluşturulmuştur)
Figure 2. Market Shares of Turkish Airline Companies (Based on General Directorate of State Airports Authority's Data)

Türkiye’de ise 1983 yılında başlayan (kontrollü) serbestleşme süreci, 2003 yılında iç hatların serbestleşmesiyle büyük bir oranda tamamlanmıştır. Türk sivil hava taşımacılığı 2003 yılından itibaren ivmeli bir şekilde dünyadaki diğer sektör oyuncularıyla rekabet edebilir hale gelmiş, Avrupa ve Afrika gibi pazarlarda pazar payı açısından liderliğini elinde bulunduran havayolu işletmelerine sahip bir ülke konumuna yükselmiştir. Serbestleşmenin sivil hava taşımacılığı endüstrisi için ne kadar önemli bir kazanım olduğu daha önce yapılmış bir çok çalışmada belirtilmiştir (Distexhe & Perelman, 1994; Fethi, 2000). Örnek olarak; hizmet sağlayan havayolu taşıyıcı sayısının artması, hizmet sunulan pazarların artması ve fiyatlamanın piyasa koşullarında oluşmasına imkan sağlanması gibi kazanımların elde edilmesi

gösterilmektedir. Bu gelişmeler çerçevesinde, Türkiye’de sivil hava taşımacılığına bakıldığında 2003 yılında pazara erişim engeli tamamen kaldırılarak, küresel ölçekte elde edilen kazanımların Türkiye’de de oluşması için gerekli koşullar oluşturulmuştur. Türkiye’de 2003 yılında ivmelenen bu serbestleşme süreci, kurumsal olarak 2010 yılında slot koordinasyonunun THY’den (Türk Hava Yolları AO) alınarak DHMİ (Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü) tarafından yapılmaya başlanmasıyla tamamlanabilmiştir. Kurumsal olarak serbestleşme sürecinin tamamlandığı Türk sivil havacılık endüstrisi, bu dönemden itibaren büyümesini sürdürmektedir. Dünya genelinde hava taşımacılığı endüstrisinin dış ticarete sağladığı katkı ortalama %2 iken Türkiye’ye katkısı ortalama %10 seviyelerinde gerçekleşmektedir (DTÖ).

Çizelge 1 Literatür Özeti**Table 1.** Literature Summary

Çalışma	İncelenen Sektör	Metodoloji	Bulgu(lar)
Moon vd. (1998)	G. Kore İlaç endüstrisi	Genelleştirilmiş Elmas Modeli	Japonya ile yapılan karşılaştırmada uluslararası piyasada stratejik farklılıklardan ötürü rekabet üstünlüğü bulunmamaktadır.
Topcu ve Kılavuz (2012)	Türk İmalat Endüstrisi	RCA ve Vollrath Endeksleri	AB Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin rekabet gücüne katkı sağlamamıştır.
Assadzadeh vd. (2013)	İran – Türkiye Tekstil ve Giyim Endüstrileri	RCA ve Ticaret Haritası Endeksleri	İran'ın kısa dönemde rekabet gücü elde ettiği gözlemlenmiş, uzun dönemde ise Türkiye'nin her iki sektörde rekabet gücünü artırdığı belirtilmiştir.
Yazgan ve Yiğit (2013)	Türk Hava Taşımacılığı Endüstrisi	Nitel Analiz	Sektörün büyüme oranlarının yüksek olduğu ve turizmle ilişkili düzenlenecek organizasyonların buna katkı sağlayabileceği ifade edilmiştir. Buna karşılık, işgücü, yakıt maliyetlerinin değişkenliğinin, havaalanı sayısını az olması gibi sebeplerin olumsuz etkilerinin olabileceği vurgulanmaktadır.
Aydın vd. (2014)	Karadeniz Ülkeleri Su Ürünleri Endüstrisi	RCA Endeksi	Karadeniz ülkelerinin dünya su ürünleri endüstrisinde avantaja sahip olmadığı tespit edilmiştir.
Leromain ve Orefice (2014)	20 Ülkenin İmalat Endüstrileri	Costinot vd. (2012) RCA Endeksi	Ricardocu bir yaklaşımla yeni oluşturulan bir RCA endeksi üzerinden karşılaştırmalı üstünlük analizi yapılmıştır.
Reyes (2014)	Güneydoğu Asya Uluslar Birliği Üyesi 6 Ülkenin Endüstrileri	RCA ve Lafay Endeksleri	Bölgede Brunei'nin petrolde, Endonezya ve Malezya'nın ise hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar, dekolte ürünleri ve benzeri ürünlerde, Filipinler, elektrikli ve elektronik ekipmanlarda ve Singapur, organik kimyasallarda belirgin bir avantaja sahiptir.
Şahinli (2014)	Türk Tarım Endüstrisi	RCA Endeksi	601 adet tarımsal ürün çalışmada değerlendirilmiş olup, 78 adet üründe Türkiye'nin rekabet gücünün bulunduğu tespit edilmiştir.
Topçu ve Sarıgül (2015)	Türkiye'nin İhracatı Payı Yüksek 5 Endüstrisi	RCA, Vollrath ve Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (RSCA) Endeksleri	Seçilen endüstrilerin ihracattaki paylarının yüksek olması ve endeks skorlarının bunu desteklemesi ihracat paylarıyla teorinin uyumlu olduğu test edilmiştir.
Akiş ve Çetin (2016)	Türk Kimya Endüstrisi	RCA Endeksi	BRIC ülkeleriyle yapılan karşılaştırmada Türkiye'nin rekabet gücünün bulunduğu tespit edilmiştir.
Güneş ve Tan (2017)	Türkiye ve Rusya Ticaretinde Yer Alan 14 Endüstri	RCA Endeksi	Türkiye'nin 6 kategoride, Rusya'nın ise 11 kategoride rekabet üstünlüğü olduğu bulunmuştur.
Maryam vd. (2018)	BRICS Ülkeleri İhracata Konu Endüstriler	RCA ve Ticaret Yoğunluk Endeksleri	BRICS ile AB arasındaki ticaretlerde BRICS ülkelerinin doğal kaynak, imalat ve işlenmiş ürünlerde AB karşısında rekabet üstünlüğünün olduğu belirtilmiştir.
Tubadji ve Nijkamp (2018)	AB Turizm Endüstrisi	Balassa - Samuelson Etkisi ve Satın Alma Gücü Paritesi	Turizmin, ticaret dışı sektörler ve ücretlerle ilgili B-S etkisi için önemli bir dengeleyici faktör olduğu belirtilmiştir.
Erkan ve Bozduman (2019)	Türk Turizm Endüstrisi	RCA, Net Ticaret ve İthalat-İhracat Oranı Endeksleri	Türkiye'nin turizmde orta dereceli bir rekabet üstünlüğüne sahip olduğu belirtilmiştir.
Akyüz vd. (2020)	Türk Orman Endüstrisi	RCA Endeksi	21 başlıkta toplanan orman endüstri ürünleri 3 alt başlıkta incelenmiştir. 3 üründe rekabet gücünün bulunduğu tespit edilmiştir.
Soyyigit ve Yavuzaslan (2020)	Türk Otomotiv Endüstrisi	RCA Endeksi	Türkiye'nin motorlu kara taşıt üretimindeki rekabet gücü incelenmiş olup, İran ve Doğru Avrupa ülkelerinin yeni rakipler olduğu ifade edilmiştir.
Yeldan vd. (2020)	Türk Demir-Çelik Endüstrisi	RCA, RSCA ve Ticaret Dengesi Endeksleri	Türkiye'nin 72. ve 73. fasıllarda rekabet üstünlüğünün bulunduğu ifade edilmiştir.
Demir ve Aksoy (2021)	Su Ürünleri Endüstrisi	TCA, Vollrath ve Ticaret Dengesi Endeksleri	Çin'in dünya su ürünleri üretiminde önemli bir paya sahip olmasına rağmen, dondurulmuş balık dışındaki ürünlerde rekabet avantajının olmadığı belirtilmiştir.
Goswami ve Nath (2021)	Hindistan Mal Ticareti Endüstrileri	RCA ve RSCA Endeksleri	Hindistan'ın en az gelişmiş ülkelerle maden, makine ve elektronik ticaretini teşvik ederek kazanç sağlayabileceği ifade edilmiştir.
Mizik (2021)	Tarımsal Gıda Endüstrisi	Endeksler	Literatür taraması yapılan çalışmada destekleyici politikaların rekabet gücüne fayda sağlayacağı ifade edilmiştir.
Sönmüş ve Aslan (2021)	Türk Zeytinyağı Endüstrisi	RCA Endeksi	İspanya, Yunanistan, İtalya ve Türkiye'nin karşılaştırılması sonucunda zeytinyağı üretiminin yüksek olmasının, bir ülkenin zeytinyağı pazarındaki rekabet gücünü artırmak için tek başına yeterli olmadığı ifade edilmiştir.
Halife (2022)	Türk Tekstil Endüstrisi	RCA Endeksi	Analiz sonucunda Türkiye Pakistan ve Vietnam'ın ardından 3. Sırada yer alan bir rekabet gücünün olduğu tespit edilmiştir.
Yıldırım vd. (2022)	Türk Su Endüstrisi	RCA, TFV – Elmas modeli	Türkiye'nin dünyada rekabet gücü düşük olduğu ifade edilmiştir.

Son olarak, Türk sivil hava taşımacılığı endüstrisinin pazar payları incelendiğinde üç havayolu işletmesinin yolcu trafiğini yönettiği gözlemlenmektedir (Şekil 3). İç hatların tamamını ve dış hatların ise büyük bir bölümünü THY, Pegasus ve Sun Express havayolu işletmeleri gerçekleştirmektedir. İç ve dış hatlarda diğer olarak gösterilen bölümde şu anda faaliyet göstermeyen Onurair, Atlasglobal ve Borajet havayollarıyla tarifersiz hizmetlerle (charter) faaliyete devam eden Corendon havayolu bulunmaktadır. 2020 yılı itibarıyla dış hatlarda faaliyetlerine charter seferlerle devam eden Corendon havayolunun pazar payı %3 seviyelerindedir.

Literatür Taraması

Rekabet gücünün ölçülmesi konusu her geçen gün önemini artırmakla beraber, günümüze kadar birçok endüstride rekabet gücünün uluslararası/ulusal düzeylerde, endüstriler arasında, endüstri düzeyinde ve endüstri içinde değerlendirildiği çalışmalar yapılmaktadır (Bkz. Çizelge 1). Bu konu kapsamında RCA - Balassa İndeks kullanımının yaygın olarak tercih edildiği gözlemlenmektedir. Hava taşımacılığı endüstrisi dışındaki endüstrilerde, rekabet gücünün sektör düzeyinde ölçüldüğü çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların özet bilgileri Çizelge 1’de sunulmaktadır.

Yöntem ve Veri

Türkiye’nin sivil hava taşımacılığı endüstrisinin rekabet gücünü ortaya koymak için literatür çalışmalarında en çok tercih edilen elmas modeli tercih edilmiştir. Bu kapsamda ticaret göstergesi olarak Balassa endeksi, etkinlik göstergesi olarak TFV ve son olarak yurtiçi ve yurtdışı birim gelirler ile birim maliyetler dikkate alınmıştır.

Uluslararası ticarete karşılaştırmalı üstünlüğü belirleyebilmek için geliştirilen ticaret göstergelerinin arasında en önemlilerinden biri Balassa’nın 1965 yılında ortaya attığı RCA (Revealed Comparative Advantage) teoremidir (Balassa, 1965). Balassa endeksi, hangi ülkelerin ticaretini yaptıkları ürünlerde karşılaştırmalı bir üstünlüğe sahip olduklarını, gerçekleşen ihracat tutarlarından yararlanarak belirlemektedir. Buna göre, analiz edilen ülkedeki hangi ürün veya ürün grubunun toplam ihracat içindeki payı daha büyük ise, ülke ilgili alanda karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Bu yaklaşım, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün nedenlerini detaylandırmadan, ülkeler arasında avantaj farkı bulunup bulunmadığını göstermeyi amaçlamaktadır. RCA endeksi aşağıda gösterildiği gibi formüle edilmektedir (Balassa, 1965).

$$RCA = BI_j^A = \frac{J \text{ sektörünün } A \text{ ülkesi ihracatındaki payı}}{J \text{ sektörünün referans ülke ihracatındaki payı}} \quad (3.1)$$

$BI_j^A > 1$ ise, A ülkesinin j endüstrisinde açık bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu kabul edilmektedir. Çünkü bu endüstri A ülkesinin ihracatı için referans ülkelerin ihracatından daha önemlidir. Bu çalışmada RCA değeri hesaplanması için Türkiye’nin, Avrupa Birliği’nin, dünya genelinin ve BRICS ülkelerinin 2012-2020 yılları

arasındaki ihracat değerleri kullanılmıştır (DTÖ). Çalışmada kullanılan veriler Çizelge 2’de veriler sunulmakta olup, 2021 yılı verileri zaman serisi tahminleme yöntemleri kullanılarak tahmin edilmiştir.

Malmquist (1953) bir bireyin önceki yıl ile aynı fayda düzeyine ulaşmak için belirli bir yılda tüketmesi gereken tüketim miktarını ölçmüş ve TFV’deki değişimi her bir veri noktasının ortak teknolojiye nispi uzaklık oranlarını hesaplamıştır. Bu miktar indeksi veya orantılı ölçeklendirme faktörü, farklı zaman dilimlerinde iki uzaklık fonksiyonunun oranı olarak da yorumlanabilmektedir. Verimlilik analizlerinde uzaklık fonksiyonlarının kullanılması fikri Caves vd. (1982) tarafından genel bir üretim fonksiyonu çerçevesinde geliştirilmiştir. Geliştirilen bu indeks Caves vd. (1983), Caves (1985) ve Caves vd. (1987) çalışmalarında ABD hava taşımacılığı endüstrisi için kullanılmıştır. Çalışmada incelenen Türk sivil hava taşımacılığının TFV’deki değişimi, sadece Türkiye’ye ait 2012-2021 yıllarını kapsayan panel verilere sahip olduğundan THY, Pegasus ve Sun Express işletmelerinin verileri kullanılarak Malmquist TFV indeksi ile ölçülmüştür. Rakip ülke havayolu işletmeleri, Türkiye’nin ticaret ilişkisinde bulunduğu ülkelerden seçilmiştir. Bu kapsamda seçilen ve ortak verileri elde edilebilen havayolu işletmelerine (Lufthansa Grup, IAG Grup, United ve Singapur havayolları) ait panel veriler de eklenerek TFV indeksi diğer ülke havayolu işletmeleri için de hesaplanmıştır. Bu indeks tüketici teorisinde bir yaşam standardı indeksi olarak formüle edilirken, üretim teorisine de uygulanabilir olduğu belirtilmektedir (Färe, Grosskopf, vd. , 1997). TFV, etkinlikte ve teknolojiye meydana gelen değişim olmak üzere iki temel bileşenden oluşmaktadır (Coelli, 1998). Etkinlikteki değişim, incelenen birimin teknik etkinlik skorlarında ilgili dönemde meydana gelen değişimi göstermektedir. Teknolojideki değişim ise, incelenen birimin teknoloji transferi ve inovasyon ile teknoloji seviyesinde meydana gelen iyileşmeyi ifade etmektedir (Canan & Ceyhan, 2016).

Malmquist TFV indeksi tek girdi ve tek çıktı var sayımı altında aşağıda yer alan eşitlik ile ifade edilmektedir (Färe vd., 1997).

$$m_i(Y_s, X_s, X_t, Y_t) = \frac{d^t(Y_t, X_t)}{d^s(Y_s, X_s)} \times \sqrt{\frac{d^s(Y_t, X_t) d^s(Y_s, X_s)}{d^t(Y_t, X_t) d^t(Y_s, X_s)}} \quad (3.2)$$

Denklemdaki $d^s(Y_t, X_t)$, t döneminde yapılan gözlemin s dönemindeki teknolojisinden olan uzaklığını m_i TFV endeksini ifade etmektedir. $m_i > 1$ TFV’de artış olduğunu, $m_i < 1$ olması azalış olduğunu ve $m_i = 1$ olması ise değişiklik olmadığını göstermektedir. Denklemin sağ bölümünde bulunan ilk terim etkinlikte meydana gelen değişimi, ikinci terim ise teknolojik değişimi ($m_i(Y_s, X_s, X_t, Y_t) = TED \times TD$) ifade etmektedir.

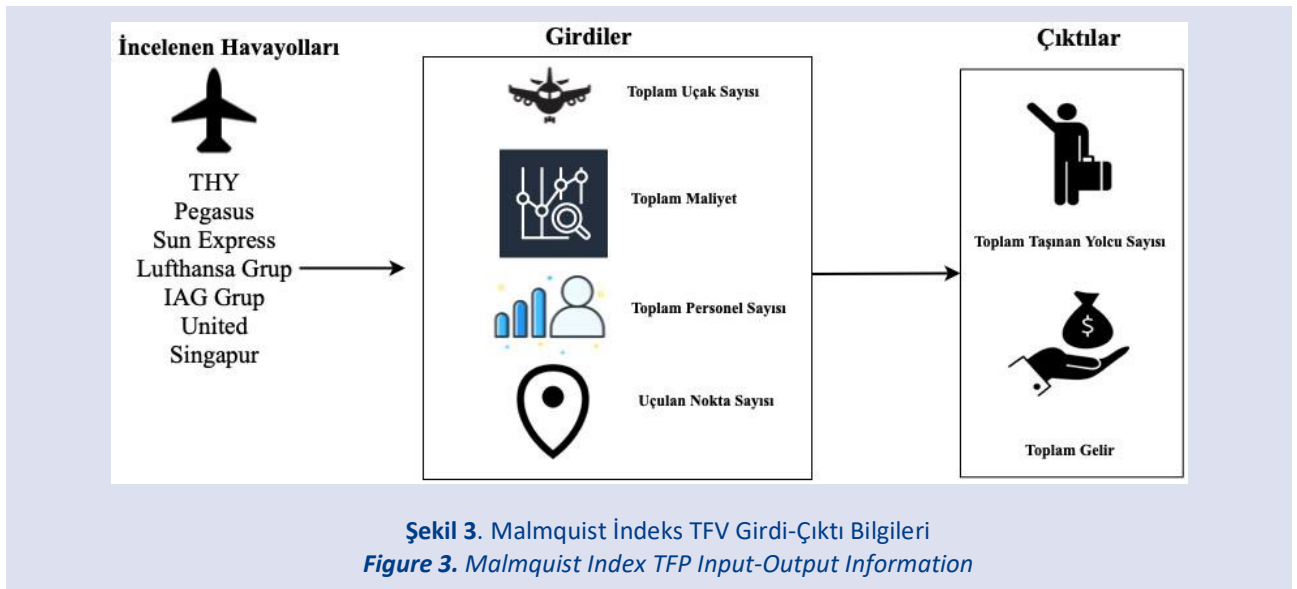
Çalışmada Şekil 3’te gösterilen havayolları ve girdi-çıkıtı verileri kullanılmıştır (American; Delta; KLM; Lufthansa; Pegasus; Singapore; THY; United). TFV indekslerinin hesaplanmasında Färe, Grifell-Tatjé, vd. (1997) geliştirdiği matematiksel programlama modelleri kullanılarak DEAP 2.1 programıyla çıktı odaklı TFV analizi yapılmıştır (Coelli, 1996).

Çizelge 2. Hava Taşımacılığının İhracat İçerisindeki Payı**Table 2.** The Share of Air Transport in Exports

Dönem	Türkiye	Avrupa Birliği	Dünya	BRICS Üyeleri
2010	6,3%	1,4%	1,4%	0,8%
2011	6,3%	1,4%	1,3%	0,7%
2012	6,5%	1,3%	1,4%	0,8%
2013	9,9%	1,3%	1,4%	0,8%
2014	10,0%	1,3%	1,5%	0,8%
2015	9,6%	1,3%	1,5%	0,7%
2016	10,1%	1,3%	1,5%	0,8%
2017	10,2%	1,3%	1,5%	0,8%
2018	10,4%	1,4%	1,5%	0,8%
2019	9,9%	1,4%	1,5%	0,8%
2020	7,0%	0,9%	1,0%	0,7%
2021*	10,2%	1,2%	1,4%	0,8%

Çizelge 3 RCA İndeks Karşılaştırma Analizi**Table 3.** RCA Index Comparison Analysis

Dönem	TR-AB	TR-Dünya	TR-BRICS
2010	4,46	4,43	8,17
2011	4,64	4,69	8,76
2012	4,84	4,70	8,10
2013	7,82	7,19	12,50
2014	7,71	6,83	12,63
2015	7,28	6,38	13,38
2016	7,68	6,65	13,32
2017	7,56	6,70	13,41
2018	7,49	6,78	13,23
2019	7,12	6,45	12,45
2020	8,12	7,30	9,32
2021*	8,53	7,33	13,24



Üçüncü analizde, verilerine ulaşılabilen rakip havayolu işletmeleri hava taşımacılığında rekabet halinde bulunan bölgelerden seçilmiştir. Birim maliyet-gelir-karlılık analizlerinde karşılaştırmalı analizi yapılabilen birçok havayolu Avrupa (Lufthansa Grup, Air France – KLM ve IAG Grup) ve ABD (American, Delta ve United) kuruluşu işletmeler olup, Asya'dan Singapur Havayollarına yer

verilmiştir. Türkiye'den sadece THY son aşama analizinde dahil edilmiştir. Çünkü, rakip havayollarının uyguladıkları iş modelleriyle aynı modeli uygulayan ve DHMİ tarafından açıklanan pazar paylarında uluslararası uçuşlarda pazar payının ortalama %60'ın üzerinde olan Türk taşıyıcısı olarak THY analiz kapsamında değerlendirilmiştir.

Bu aşamalardan elde edilen sonuçlarla hava taşımacılığı endüstrisi Türkiye merkezli olarak Porter (1990) tarafından ortaya konulan “elmas” modeliyle incelenmiştir. Bu model çerçevesinde yapılan analiz, rekabet edilecek pazarların belirlenmesinin yanı sıra uygun stratejinin seçilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, bir havayolunun yabancı rakiplere göre güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesinde yol göstermektedir (Porter, 1990).

Bulgular ve Tartışma

Balassa indeksi, Çizelge 2’de belirtilen hava taşımacılığının ihracat içerisindeki paylarıyla hesaplanmıştır. Türkiye’nin RCA skorları Avrupa Birliği, dünya ve BRICS üyelerinin (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika) skorlarıyla Çizelge 3’te karşılaştırılmıştır. Balassa indeks değerine göre Türkiye’nin Avrupa Birliği, dünya ve BRICS üye ülkeleri karşısında inceleme sürecince rekabet üstünlüğü bulunmaktadır. Türkiye 2012 yılından 2013 yılına geçerken rekabet üstünlüğünü tüm bölgelerde ortalama %56 artırmış olup, rekabet üstünlüğü yatay bir seyir izlemiştir.

Mahadevan (2002) çalışmasında Färe vd. (1994) modelini referans alınarak oluşturmuş, teknik etkinlikteki değişimi KVB’lerin optimal üretim sınırını yakalamak (catching up effect) ve teknolojik değişimi üretim sınırı eğrisinde gerçekleşen kaymalar (frontier effect) TFV’deki değişimi özetlemiştir. Ölçek etkinliğindeki değişim ise KVB’lerin optimum ölçekte faaliyetlerini sürdürüp sürdürmedikleri hakkında bilgi verebilmektedir. Bu çalışmada da benzer yaklaşım benimsenmiş olup, Çizelge

4’te TFV değişimi yıllar itibarıyla gösterilmiştir. Bu sonuçlara göre 2017 ve 2020 yıllarında teknolojik değişimde sırasıyla %16,6 ve %11,8 azalışlar gerçekleşmiştir. Üretim sınırı eğrisindeki bu kaymalardan ötürü TFV olumsuz etkilenmiştir. Diğer dönemlerde ise TFV’nin artmasına en çok teknolojik değişimin etki ettiği gözlemlenmekte olup, etkinlik değişimi ve ölçek etkinliği değişimi de bazı dönemlerde TFV gelişimine katkı sağlamışlardır.

TFV havayolu işletmeleri bazında değerlendirilmesi de yapılmış olup, Çizelge 5’te analiz sonuçları gösterilmektedir. 7 havayolu işletmesinin 5’i (THY, Lufthansa Grup, IAG Grup, Singapur ve United) tam hizmet sunan taşıyıcılar olarak adlandırılan büyük havayollarıdır. Türkiye merkezli faaliyetlerini sürdüren Pegasus ve Sun Express düşük maliyetli taşıyıcılar olarak sınıflandırılmakta olup, TFV’deki değişimin sırasıyla %4,9 ve %27,8 pozitif yönlü teknolojik değişimle gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Benzer faktör değişimiyle IAG Grup TFV değişimi de %8,5 pozitif yönlü olarak gerçekleşmiştir. Singapur ve United havayollarının pozitif TFV gelişimi sırasıyla %25 ve %9 gerçekleşmiştir. Bu gelişimin büyük bir bölümü teknolojik değişimle sağlanmış olsa da etkinlik gelişimi ve optimum ölçek faaliyeti de katkı sağlamıştır. THY ve Lufthansa Grup TFV skorları inceleme dönemi süresinde negatif yönde etkilenmiştir. THY’nin teknolojik değişimi (%6,3) olumlu yönde gerçekleşse de teknik etkinlikteki ve ölçek etkinlikteki etkisizliği TFV skorunun %0,8 azalmasına sebep olmuştur. Lufthansa Grup da THY’ye benzer bir yapı sergileyerek TFV skoru %1,9 azalmıştır.

Çizelge 4. Malmquist TFV Analiz Yıllık Sonuçları

Table 4. Annual Results of Malmquist TFP Analysis

Dönem	Teknik Etkinlikteki Değişimi	Teknolojik Değişim	Saf Etkinlikteki Değişim	Ölçek Etkinlik Değişimi	TFV Değişimi
2013	1,082	1,092	1,000	1,082	1,182
2014	0,964	1,300	1,000	0,964	1,253
2015	0,961	1,164	1,000	0,961	1,118
2016	0,890	1,222	1,000	0,890	1,087
2017	1,173	0,834	1,000	1,173	0,978
2018	1,009	1,121	1,000	1,009	1,131
2019	0,978	1,087	1,000	0,978	1,064
2020	1,010	0,882	1,000	1,010	0,892
2021	0,888	1,390	1,000	0,888	1,234
Ortalama	0,991	1,108	1,000	0,991	1,099

Çizelge 5. Havayolu İşletmeleri Malmquist TFV Analiz Sonuçları

Table 5. Airline Companies Malmquist TFP Analysis Results

Havayolları	Teknik Etkinlikteki Değişimi	Teknolojik Değişim	Saf Etkinlikteki Değişim	Ölçek Etkinlik Değişimi	TFV Değişimi
THY	0,933	1,063	1,000	0,933	0,992
Pegasus	1,000	1,049	1,000	1,000	1,049
Sun Express	1,000	1,278	1,000	1,000	1,278
Lufthansa Grup	0,957	1,026	1,000	0,957	0,981
IAG Grup	1,000	1,085	1,000	1,000	1,085
Singapur	1,042	1,200	1,000	1,042	1,250
United	1,012	1,077	1,000	1,012	1,090
Ortalama	0,991	1,108	1,000	0,991	1,099

Çizelge 6. Serbestleşmenin Rekabet Gücü Göstergelerine Etkisi**Table 6.** The Effect of Liberalisation on Competitiveness Indicators

Değişkenler	Serbestleşme Öncesi	Serbestleşme Sonrası
RCA	3,1	8,5
Toplam faktör verimliliği	0,986	1,099
Teknolojideki değişim	0,959	1,108
Teknik etkinlikteki değişim	0,937	0,991
Saf teknik etkinlikteki değişim	1,000	1,000
Ölçek etkinliğindeki değişim	1,000	0,991
Birim gelir	8,8	6,5
Birim maliyet	7,6	5,0
Birim kar	1,3	1,5

Toplam faktör verimliliği (TFV) rekabet gücünün göstergelerinden biri olarak incelendiğinde Türk ve diğer havayolu işletmelerinin TFV'si 2017 ve 2020 yılları dışında, sürekli artış göstermiştir. Son 10 yıllık dönemde, Türk hava taşımacılığı sektöründe toplam faktör verimliliğinin her yıl yaklaşık %10 arttığı ve bu artışın temel kaynağının teknolojik değişim olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 4-5).

Son aşamada birim karlılık analizi yapılmıştır. Türkiye'de sivil hava taşımacılığı yapan havayollarının dünyayla rekabet durumunu ortaya koymak için maliyet ve gelir açısından kıyaslanabilecek birim gelir (arz edilen koltuk km başına gelir), birim gider (arz edilen koltuk km başına gider-yakıt giderleri hariç) ve birim kar bilgilerine ilişkin karşılaştırmalı detaylara (Birim Kar – Çizelge 7), (Birim Maliyet – Çizelge 8) ve (Birim Kar – Çizelge 9) Ekler bölümünde yer verilmiştir. Buna göre Türkiye'nin dünya ortalamasına göre hava taşımacılığında maliyet avantajı bulunmaktadır. Birim gelir bazında aynı avantaja sahip olmamakla birlikte, birim kar açısından Avrupa Birliği'nde yer alan ve bölgesel rekabet içerisinde bulunan Lufthansa Grup ve Air France-KLM havayollarına karşı avantajı bulunmaktadır. Asya taşıyıcısı olan Singapur'a karşı da maliyet ve birim kar açısından üstünlüğü bulunmaktadır. ABD taşıyıcılarına karşı sadece maliyet açısından avantajı bulunmaktadır.

Son olarak, Türk sivil hava taşımacılığının kurumsal serbestleşmesini tamamladığı 2010 yılı ve öncesi dönem için RCA, TFV ve birim karlılık açısından değerlendirme yapılmıştır (Çizelge 6 ve Çizelge 10). Bu analiz sonuçları doğrultusunda, ortalama RCA endeks skorları, serbestleşme öncesinde de 1'in üzerinde gerçekleşse de serbestleşme süreciyle birlikte %174'lük bir gelişim göstererek 8,5 seviyesine yükseldiği gözlemlenmiştir. Bu gelişim Türk hava taşımacılığın rekabet gücünün serbestleşmeyle birlikte arttığını göstermektedir. Bu gelişimin yanında TFV'de teknolojik gelişimle birlikte ortalama %10'luk bir artış gerçekleşmiştir. Ortalama olarak birim gelir, maliyet ve karlılık değerlendirildiğinde, birim gelirdeki %19'luk azalış karşısında maliyetlerde sağlanan %34'lük azalışla birim karlılığın serbestleşmeyle %15'lik artışının sağlanabildiği tespit edilmiştir.

Sonuç

Türk sivil hava taşımacılığı endüstrisinde son 20 yılda önemli gelişmelerle ciddi atılımlar gerçekleştirilmiştir.

Türk sivil hava taşımacılığının toplam ihracattaki payının yükselmesi ve buna ek olarak taşınan yolcu sayısındaki gelişmeler bu atılımların sonuçları olarak gerçekleşmiştir. Kurumsal serbestleşme süreçlerinin tamamlanması da katkı sağlamıştır. Endüstrinin dünyada ve diğer bölgelerle olan rekabet gücünü karşılaştırmak için RCA indeksi kullanılmıştır. Çalışma sonuçları Türk sivil hava taşımacılığı endüstrisinde göreceli rekabet üstünlüğünün dünya genelinde, Avrupa Birliği ve BRICS ülkeleri karşısında istikrarlı bir şekilde var olduğunu göstermiştir. Türk sivil hava taşımacılığındaki bu gelişmeler endüstriyi olumlu etkilemekle (istihdam artışı, daha fazla uçuş noktasına ulaşma) beraber endüstriden beklentileri de artırmaktadır (Çizelge10). Bu durum genel TFV'de yaşanan olumlu gelişmeyle sistemin doğru yönde ilerlediğini göstermektedir. Genel TFV'deki gelişmenin çoğunlukla teknolojiden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bu olumlu gelişmeye havayolu işletmelerinin etkin yapılarıyla değer zincirini oluşturmaları katkı sağlamıştır. Bu durum uluslararası alanda rekabet düzeyinin artmasına da katkı sağlamıştır. Havayollarının TFV'leri karşılaştırıldığında, TFV gelişimi de ortalamada teknolojik gelişmeye sağlandığı tespit edilmiştir. Havayolları özelinde TFV gelişimi incelendiğinde, THY ve Lufthansa Grup havayollarının TFV gelişimi ölçek ve etkinlik azalışlarını teknolojik gelişmeyle kapatmaya çalıştığı görülmektedir. Bu gelişme girdi olarak tercih edilen filo sayısındaki uçakların yenilenmesi veya yeni teknolojiyle üretilen motorların kullanılmasıyla sağlanan maliyet azalışı olarak açıklanabilmektedir. Çalışma, uzun dönemde TFV'si düşük olan havayollarının hangi alanlarda iyileştirme yapmaları gerektiğine ve kısa vadede bunu hangi aşamalarda iyileştirmeleri gerektiğini göstermektedir.

Türk hava taşımacılığının dünyayla rekabet durumunu ortaya koymak için birim maliyet-gelir-kar üzerinden kıyaslama da yapılmıştır. Buna göre Türkiye'nin hava taşımacılığı hizmetini rakiplerine göre daha ucuza sunabilme avantajı olmakla birlikte, Avrupa bölgesinde rakipleri olan Lufthansa Grup, Air France-KLM ve Asya'da Singapur gibi birden fazla havayolu işletmesi veya marka barındıran gruplara birim karlılık açısından da üstünlüğü bulunmaktadır. ABD ve İngiltere için birim karlılıkta rekabet üstünlüğü değişebilmektedir.

Bu çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda, rekabet gücünün korunması ve artırılması kapsamında bazı öneriler sunulmaktadır:

- 193 ülke ICAO üyesi olmakla birlikte SHGM 'nin belirttiği 173 ülkeyle olan ikili hava taşımacılığı (İHT) anlaşma sayısının artırılabilir durumda olması ulaşılabilecek yeni pazarlar oluşunu göstermektedir.
- İHT anlaşma sayısı artırılırken ticari ilişkilerinde ülkelerle geliştirilmesi hava taşımacılığına yeni pazarlara erişim imkânı sunabilir.
- Yeni pazarlar haricinde mevcut pazarlara ulaşımın kısıtlı sayıdaki havalimanından (İstanbul Havalimanı, Esenboğa Havalimanı vb.) yapılması da gelir artırımını zorlaştırabilir. Bunun için, İngiltere hariç Avrupa'daki

taşıyıcılara karşı birim gelir ve birim karlılıkta üstünlüğe sahip Türkiye'nin, birim gelir seviyesinin yükseltilmesini ABD'deki gibi birden fazla yurtiçi veya yurtdışındaki merkez havalimanıyla hizmet sunumuyla sağlanabilir.

Bu sebeple, İktisadi büyümenin lokomotifi olarak sanayi, ticaret ve turizm odaklı il sayısının geliştirilmesi gerekliliği bulunmaktadır. Bu yöntemle ve geliştirilen diğer yöntemlerle veri kaynakları genişletilerek Türkiye ve diğer ülke havayolu taşıyıcıları için kapsamı genişletilmiş çalışmalar yapılabilir.

EKLER

Çizelge 7. Havayolu İşletmeleri Birim Gelir (RASK) İndeksli Karşılaştırma Analizi

Table 7. Airline Companies Unit Revenue Indexed Comparison Analysis

Dönem	THY	İndeks	Lufthansa Grup	İndeks	Air France -KLM	İndeks	IAG Grup	İndeks
2012	6,60	100	11,06	100	9,43	100	9,25	100
2013	7,91	120	11,43	103	9,70	103	9,71	105
2014	7,67	97	9,72	85	8,41	87	8,60	89
2015	6,44	84	9,06	93	7,77	92	8,14	95
2016	5,42	84	8,22	91	7,13	92	7,97	98
2017	5,81	107	10,42	127	7,99	112	8,94	112
2018	6,30	108	9,46	91	7,55	95	8,55	96
2019	6,06	96	8,97	95	7,48	99	8,47	99
2020	5,97	99	7,99	89	5,60	75	6,05	71
2021	6,32	106	6,90	86	5,41	97	5,41	90
Dönem	American	İndeks	Delta	İndeks	United	İndeks	Singapore	İndeks
2012	8,10	100	7,56	100	8,65	100	9,00	100
2013	8,32	103	7,85	104	9,02	104	8,80	98
2014	8,50	102	8,19	104	9,20	102	8,80	100
2015	8,21	97	7,96	97	8,82	96	8,40	95
2016	9,14	111	7,55	95	8,19	93	8,20	98
2017	9,58	105	10,06	133	8,16	100	8,30	101
2018	9,81	102	10,48	104	8,51	104	8,40	101
2019	9,98	102	10,55	101	8,64	101	8,20	98
2020	7,53	75	7,38	70	5,97	69	2,80	34
2021	8,66	115	8,52	116	7,02	118	4,30	154

Çizelge 8. Havayolu İşletmeleri Birim Gider (CASK-yakıt hariç) İndeksli Karşılaştırma Analizi

Table 8. Airline Companies Unit Cost (excluding fuel) Indexed Comparison Analysis

Dönem	THY	İndeks	Lufthansa Grup	İndeks	Air France -KLM	İndeks	IAG Grup	İndeks
2012	5,05	100	9,39	100	9,55	100	7,24	100
2013	4,99	99	9,23	98	9,61	101	7,13	99
2014	4,89	98	7,65	83	8,44	88	6,17	87
2015	4,46	91	9,71	127	7,43	88	5,78	94
2016	4,30	96	8,43	87	6,73	91	5,36	93
2017	4,21	98	9,46	112	7,54	112	5,99	112
2018	4,35	103	8,93	94	7,21	96	5,46	91
2019	4,68	108	6,28	70	7,64	106	5,38	99
2020	7,50	160	13,52	215	11,12	146	11,10	206
2021	5,21	69	7,24	54	8,17	73	8,81	79
Dönem	American	İndeks	Delta	İndeks	United	İndeks	Singapore	İndeks
2012	5,53	100	5,54	100	5,61	100	9,20	100
2013	5,28	96	5,68	102	7,43	132	9,10	99
2014	5,36	102	5,69	100	7,37	99	8,90	98
2015	5,59	104	5,70	100	6,92	94	8,50	96
2016	5,93	106	6,30	110	6,97	101	8,30	98
2017	6,77	114	6,57	104	7,03	101	8,10	98
2018	6,87	101	6,41	98	6,82	97	8,30	102
2019	7,12	104	6,76	106	7,20	105	8,00	96
2020	10,99	154	9,70	143	10,01	139	12,00	150
2021	8,28	75	7,53	78	8,92	89	8,00	67

Çizelge 9. Havayolu İşletmeleri Birim Kar İndeksli Karşılaştırma Analizi**Table 9.** Airline Companies Unit Profit Indexed Comparison Analysis

Dönem	THY	İndeks	Lufthansa Grup	İndeks	Air France -KLM	İndeks	IAG Grup	İndeks
2012	1,55	100	1,66	100	-0,12	100	2,01	100
2013	2,92	188	2,20	133	0,08	-70	2,58	128
2014	2,78	95	2,07	94	-0,04	-44	2,43	94
2015	1,98	71	-0,65	-32	0,34	-928	2,36	97
2016	1,12	57	-0,21	32	0,40	118	2,61	111
2017	1,60	143	0,96	-454	0,44	111	2,96	113
2018	1,95	122	0,53	55	0,34	77	3,09	104
2019	1,38	71	2,69	512	-0,16	-46	3,08	100
2020	-1,53	-111	-5,53	-205	-5,52	3513	-5,05	-164
2021	1,11	-73	-0,34	6	-2,76	50	-3,40	67
Dönem	American	İndeks	Delta	İndeks	United	İndeks	Singapore	İndeks
2012	2,57	100	2,01	100	3,04	100	-0,20	100
2013	3,03	118	2,17	108	1,58	52	-0,30	150
2014	3,13	103	2,49	115	1,83	116	-0,10	101
2015	2,62	84	2,26	91	1,90	103	-0,10	100
2016	3,21	122	1,26	56	1,22	65	-0,10	102
2017	2,81	88	3,49	277	1,13	92	0,20	-200
2018	2,94	105	4,08	117	1,69	149	0,10	103
2019	2,85	97	3,78	93	1,44	85	0,20	200
2020	-3,47	-122	-2,32	-61	-4,04	-280	-9,20	104
2021	0,37	-11	0,99	-43	-1,90	47	-3,70	40

Çizelge 10. Türk Sivil Havacılığı Gelişim Özet Çizelgesi**Table 10.** Turkish Civil Aviation Development Summary Chart

		Doğrudan İstihdam Katkısı	Uçak Sayısı	Uçuş Trafikliği	Taşınan Yolcu Sayısı (Milyon)	Türkiye'nin Dünyadaki Sıralaması	Hava Ulaştırma Anlaşma Sayısı	TR Hava Taşımacılığının İhracattaki Payı	TR-AB	TR-Dünya	TR-BRICS
Serbestleşme Öncesi	2005	65.000	240	757.675	56	16	84	3%	1,41	1,85	4,14
	2006	-	259	852.371	62	15	86	3%	1,37	1,85	3,95
	2007	-	250	935.667	70	16	88	3%	1,50	1,97	3,76
	2008	100.000	270	1.009.508	74	14	90	3%	1,58	2,10	3,91
	2009	-	297	1.066.053	86	13	107	4%	1,82	2,49	5,09
	2010	-	332	1.213.125	103	13	111	6%	4,46	4,43	8,17
	2011	-	349	1.331.835	117	12	122	6%	4,64	4,69	8,76
Serbestleşme Sonrası	2012	167.161	370	1.376.486	131	12	143	6%	4,84	4,70	8,10
	2013	180.000	385	1.504.973	150	11	157	10%	7,82	7,19	12,50
	2014	187.000	422	1.677.350	167	9	163	10%	7,71	6,83	12,63
	2015	191.716	489	1.815.095	181	9	165	10%	7,28	6,38	13,38
	2016	191.709	540	1.829.028	174	11	168	10%	7,68	6,65	13,32
	2017	196.041	517	1.912.216	193	10	169	10%	7,56	6,70	13,41
	2018	209.049	515	2.017.763	210	10	171	10%	7,49	6,78	13,23
	2019	295.547	546	2.030.291	209	9	173	10%	7,12	6,45	12,45
	2020	245.876	554	1.057.247	82	6	173	7%	8,12	7,30	9,32
	2021	-	558	1.461.577	129	-	173	10%	8,53	7,33	13,24

Extended Abstract

People who wish to travel naturally turn to air travel because of the inclination to save time, which causes the opportunity cost of time to rise daily. Because of this, there is a growing need for civil aviation, which prompts fresh expansions that open new markets for airlines. It was required to deregulate the industry or increase mobility across locations, for these developments to proceed. Therefore, the first action in this area was the

beginning of the civil aviation deregulation process in 1978, when airline businesses in the USA sought to expand beyond their home markets. In the literature, this movement is referred to as "liberalization" or "deregulation of civil aviation". A rapid advancement in aviation has started with the liberalization of the civil aviation sector in the United States, enabling similar liberalization procedures to be applied in other regions and nations throughout the world at different times. For instance, after the US, the UK completed this process in the 1980s. Despite having been launched in Europe in the

1980s, it was finally completed in three phases in 1997. With the deregulation of domestic routes in 2003, the (limited) deregulation process in Türkiye that had begun in 1983 was virtually complete. When slot coordination was transferred from THY to DGCA in 2010, the deregulation that had begun in 2003 came to an end institutionally. The institutional deregulation process was completed, and the Turkish civil aviation sector has since expanded. While the air transportation sector contributes on average 2% of all international commerce, it contributes 10% of all international trade to Türkiye. Additionally, recent technical advancements have accelerated the development of civil aviation, which offers rapid and affordable travel. Since the 1970s, there has been a sharp growth in the number of people carried by air worldwide. It increased to 4.3 billion in 2018, and Türkiye and other regions can see similar trends. Regions naturally prefer to integrate with each other across all sectors because of globalization, and this interaction has increased human mobility. The growth of passenger and aircraft traffic in air travel in Türkiye is increasing every year as the global liberalization process quickens. Türkiye is now ranked second in Europe and sixth in the world for air traffic as of 2021. In contrast, profit margins in the aviation sector are modest when compared to those in other sectors.

The civil aviation sector has prospered from the effects of globalization. Medical outbreaks, financial crises, and terrorist acts have all had a detrimental impact on the sector over this time, and it has been determined that the COVID-19 pandemic has caused the most damage to civil aviation worldwide over the past 30 years. The importance of factor productivity is also increased by the air transport sector's extensive exposure to these catastrophes. The competitiveness of the aviation sector is called into doubt by this circumstance. In this vein, the purpose of this study is to assess, using a triple analysis approach in comparison to other chosen regions, the competitiveness of the Turkish air transport industry, which has successfully completed the institutional deregulation process. First, the industry-based assessment of trade patterns between regions uses the revealed comparative advantage (RCA) analysis. To identify the area that is accountable for the change in total factor productivity, the Malmquist Index analysis is preferred (TFV). Finally, unit cost, revenue, and profit data from a few airlines are used to determine unit-based competitive advantage. The "diamond model" study will be completed once these three analyses have been evaluated comprehensively.

An evaluation was conducted in terms of RCA, TFP, and unit profitability for the years 2010 and before that, when Turkish civil aviation completed its institutional deregulation. When examining total factor productivity (TFV) as one of the competitiveness indicators, Turkish and other airlines' TFP has improved consistently, except for 2017 and 2020. It has been shown that during the past ten years, the total factor productivity in the Turkish aviation industry has risen by roughly 10% annually, with

technical advancement serving as the primary driver of this growth. According to findings from this analysis, although average RCA Balassa index results were over 1 before liberalization, values increased to 8.5, representing a 174% improvement, after completing the deregulation process. This trend demonstrates how deregulation has increased Turkish air transport's competitiveness. In addition to this development, TFP has often increased by 10% with technical advancements and the process can result in a 15% increase in unit profitability with a 34% decrease in costs versus a 19% decrease in unit income, according to an average analysis of unit income, cost, and profitability. Significant advancements and breakthroughs have been accomplished in the Turkish civil aviation sector over the past 20 years. The effects of these advancements included a growth in Turkish civil aviation's percentage of total exports as well as changes in the number of passengers carried. Another factor was the conclusion of the institutional deregulation procedures. A comparison of unit cost, income, and profit was conducted to demonstrate how Turkish air transportation compares to the rest of the world. As a result, Türkiye has an advantage over its competitors due to its ability to provide air transport services at a lower cost especially. Considering the conclusions of this study, some recommendations are made for maintaining and boosting competitiveness. Even if there are 193 ICAO members, it is still possible to reach more bilateral air transportation agreements with the 173 countries listed by the DGCA, indicating the prospect of entering new markets. Increasing the number of bilateral air transportation agreements while simultaneously developing stronger business connections with other countries can lead to the opening of new markets for air travel. Second, it may be challenging to boost revenues due to the limited number of airports (Istanbul Airport, Esenboga Airport, etc.) that can serve existing markets in addition to new markets. Comparing airlines in Europe excluding the UK, Türkiye has an advantage in terms of unit revenue and unit profitability. Türkiye may increase its unit revenue level by offering the service through a few regional or international hub airports, similar to the USA. For this reason, it is essential to increase the number of provinces that employ industry, trade, and tourism as the engines of economic development. Expanded research for airline carriers in Türkiye and other nations may be carried out by expanding the data sources by using existing methods and other methodologies.

KAYNAKÇA

1. Acemoglu, D., Laibson, D., & List, J. (2019). *Microeconomics* (2 ed.). Pearson.
2. Akiş, E., & Çetin, M. (2016). Comparison of Turkish chemical industry with BRIC countries on the basis of revealed comparative advantages. *Istanbul University Econometrics and Statistics e-Journal*(24), 40-59.
3. Akyüz, K. C., Yildirim, İ., Ersen, N., Akyüz, İ., & Memiş, D. (2020). Competitiveness of the forest products industry in Turkey: the revealed comparative advantage index. *Drewno: prace naukowe, doniesienia, komunikaty*, 62.

4. American. *Faaliyet Raporları*. Retrieved 05.04.2022 from <https://americanairlines.gcs-web.com/sec-filings>
5. Assadzadeh, A., Behbudi, D., Miyarkolaie, N. F., & Moghadam, H. M. (2013). A study of the revealed comparative advantage in the textile and clothing industries between Iran and Turkey. *International journal of economics and finance studies*, 5(2), 95-107.
6. Aydın, A., Byashimov, G., & Yaykaşlı, M. (2014). Karadeniz ülkelerinin rekabet gücü analizi: su ürünleri sektörü örneği. *Menba Kastamonu Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 2(1), 8-13.
7. Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and "revealed" comparative advantage 1. *The manchester school*, 33(2), 99-123.
8. Canan, S., & Ceyhan, V. (2016). Total factor productivity change and innovation in farms producing paddy in Bafra District of Samsun, Turkey. *Custos e Agronegocio On Line*, 12(1), 201-219.
9. Caves, D. W. (1985). The effect of new entry on productivity growth in the US airline industry 1947-1981. *Logistics and Transportation Review*, 21(4).
10. Caves, D. W., Christensen, L. R., & Diewert, W. E. (1982). The economic theory of index numbers and the measurement of input, output, and productivity. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1393-1414.
11. Caves, D. W., Christensen, L. R., & Tretheway, M. W. (1983). Productivity performance of US trunk and local service airlines in the era of deregulation. *Economic Inquiry*, 21(3), 312-324.
12. Caves, D. W., Christensen, L. R., Tretheway, M. W., & Windle, R. J. (1987). An assessment of the efficiency effects of US airline deregulation via an international comparison. *Public regulation: New perspectives on institutions and policies*, 285-320.
13. Coelli, T. (1996). A guide to DEAP version 2.1: a data envelopment analysis (computer) program. *Centre for Efficiency and Productivity Analysis, University of New England, Australia*, 96(08), 1-49.
14. Coelli, T. (1998). A multi-stage methodology for the solution of orientated DEA models. *Operations Research Letters*, 23(3-5), 143-149.
15. Costinot, A., Donaldson, D., & Komunjer, I. (2012). What goods do countries trade? A quantitative exploration of Ricardo's ideas. *The Review of economic studies*, 79(2), 581-608.
16. Delta. *Faaliyet Raporları*. Retrieved 05.04.2022 from <https://ir.delta.com/financials/default.aspx>
17. Demir, N., & Aksoy, A. (2021). Competitive power of Turkey's aquaculture sector and comparison with other leading countries. *Marine Science and Technology Bulletin*, 258-268.
18. DHMİ.
19. DHMİ. (2021). *Havayolu Sektör Raporu*. Retrieved 10.11.2022 from <https://www.dhmi.gov.tr/Sayfalar/FaaliyetRaporlari.aspx>
20. Distexhe, V., & Perelman, S. (1994). Technical efficiency and productivity growth in an era of deregulation: the case of airlines. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 130(4), 669-689.
21. DTÖ. *Uluslararası Ticaret Verileri*. Retrieved 27.02.2022 from <https://stats.wto.org>
22. Erkan, B., & Bozduvan, E. T. (2019). Analysis of Specialization and Competition Level in Turkey's Tourism Sector. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(38), 1-12.
23. Färe, R., Grifell-Tatjé, E., Grosskopf, S., & Knox Lovell, C. (1997). Biased technical change and the Malmquist productivity index. *Scandinavian journal of Economics*, 99(1), 119-127.
24. Färe, R., Grosskopf, S., Norris, M., & Zhang, Z. (1994). Productivity growth, technical progress, and efficiency change in industrialized countries. *The American economic review*, 66-83.
25. Färe, R., Grosskopf, S., & Russell, R. R. (1997). *Index numbers: essays in honour of Sten Malmquist*. Springer Science & Business Media.
26. Fethi, M. D. (2000). *Efficiency and productivity growth in the European airlines industry: applications of Data Envelopment Analysis, Malmquist Productivity Index and Tobit Analysis*. University of Leicester (United Kingdom).
27. Goetz, A. R., & Vowles, T. M. (2009). The good, the bad, and the ugly: 30 years of US airline deregulation. *Journal of Transport Geography*, 17(4), 251-263.
28. Goswami, B., & Nath, H. K. (2021). India's Revealed Comparative Advantages in Merchandise Trade with Country Groups at Different Levels of Development. *Contemporary Economic Policy*, 39(2), 377-397.
29. Güneş, S., & Tan, M. (2017). Static and Dynamic Revealed Comparative Advantage: A Comparative Analysis of Turkey and Russia. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 4(3), 22-38.
30. Halife, H. (2022). Competitiveness Analysis of Textile Industry of Turkey: Revealed Comparative Advantage Approach. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 1-6.
31. IATA. (2022). *Endüstri Karlılığı*. Retrieved 30.11.2022 from <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/a-return-to-industry-profitability-in-2023/>
32. KLM, A. F. *Faaliyet Raporları*. Retrieved 05.04.2022 from <https://www.airfranceklm.com/en/finance/publications>
33. Krugman, P., & Wells, R. (2018). *Microeconomics* (5 ed.). Worth Publishers.
34. Leromain, E., & Orefice, G. (2014). New revealed comparative advantage index: Dataset and empirical distribution. *International Economics*, 139, 48-70.
35. Lufthansa. *Faaliyet Raporları*. Retrieved 03.04.2022 from <https://investor-relations.lufthansagroup.com/en/publications.html>
36. Mahadevan, R. (2002). A DEA approach to understanding the productivity growth of Malaysia's manufacturing industries. *Asia Pacific Journal of Management*, 19(4), 587-600.
37. Malmquist, S. (1953). Index numbers and indifference surfaces. *Trabajos de estadística*, 4(2), 209-242.
38. Mankiw, N. G., Taylor, M. P., & Ashwin, A. (2020). *Microeconomics* (5 ed.). Cengage Learning EMEA.
39. Maryam, J., Banday, U. J., & Mittal, A. (2018). Trade intensity and revealed comparative advantage: an analysis of Intra-BRICS trade. *International Journal of Emerging Markets*.
40. Mizik, T. (2021). Agri-food trade competitiveness: A review of the literature. *Sustainability*, 13(20), 11235.
41. Moon, H. C., Rugman, A. M., & Verbeke, A. (1998). A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Korea and Singapore. *International business review*, 7(2), 135-150.
42. Pegasus. *Faaliyet Raporları*. Retrieved 01.03.2022 from <https://www.pegasusyatirimciliskileri.com/tr/operasyonel-ve-finansal-veriler/faaliyet-raporlari>
43. Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations/Michael E. Porter. NY: The Free press. A Division of Macmillan Inc, 855.
44. Reyes, G. U. (2014). Examining the revealed comparative advantage of the ASEAN 6 countries using the Balassa index

- and Lafay index. *Journal of Global Business and Trade*, 10(1), 1-11.
45. SHGM. *Faaliyet Raporları*. Retrieved 25.12.2021 from <https://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/4006-faaliyet-raporlarimiz>
46. Singapore. *Faaliyet Raporları*. Retrieved 05.04.2022 from https://www.singaporeair.com/en_UK/sg/about-us/information-for-investors/annual-report/
47. Soyçiğit, S., & Yavuzaslan, K. (2020). An Investigation of Turkey's Competitiveness on Different Products Groups in Automotive Sector via Revealed Comparative Advantage Index. In *Eurasian Economic Perspectives* (pp. 125-140). Springer.
48. Sönmüş, A., & Aslan, M. H. (2021). Comparative Advantage of Turkish Olive Oil in Global Markets: An Empirical Analysis. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 9(6), 1114-1119.
49. Şahinli, M. (2014). Revealed Comparative advantage and competitiveness: Turkey agriculture sector. *Yuzuncu Yıl University Journal of Agricultural Sciences*, 24(3), 210-217.
50. THY. *Faaliyet Raporları*. <https://investor.turkishairlines.com/tr/mali-ve-operasyonel-veriler/faaliyet-raporlari>
51. Topcu, B. A., & Kılavuz, E. (2012). Revealed comparative advantage and competitiveness of the turkish manufacturing sector in the European market. *International journal of economics and finance studies*, 4(2), 21-35.
52. Topçu, B. A., & Sarıgül, S. S. (2015). Comparative advantage and the product mapping of exporting sectors in Turkey. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(18), 330-348.
53. Tubadji, A., & Nijkamp, P. (2018). Revisiting the Balassa-Samuelson effect: International tourism and cultural proximity. *Tourism Economics*, 24(8), 915-944.
54. United. *Faaliyet Raporları*. Retrieved 05.04.2022 from <https://ir.united.com>
55. WorldBank. *Air Transport, passenger carried*. Retrieved 15.02.2022 from <https://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.PSGR>
56. Yazgan, A. E., & Yiğit, S. (2013). Türk Sivil Havacılık Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25), 421-445.
57. Yeldan, M., Kesgingöz, H., & Güçlü, U. (2020). Analysis of Turkey's iron-steel industry in the world trade. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(4), 854-869.
58. Yıldırım, Ç., Türkten, H., & Ceyhan, V. (2022). Türkiye su ürünleri endüstrisinin rekabet gücünün değerlendirilmesi. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 39(3), 243-252.



Consumer Well-being in Household Consumption Expenditures and the Effect of Consumer Spending Self-Control on Life Satisfaction

Özlem Akbulut Dursun^{1-a}, Aysel Erciş^{2-b*}

¹Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Cumhuriyet Sosyal Bilimler MYO Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, Sivas, Türkiye

²Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Erzurum, Türkiye

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 01.03.2023

Accepted: 27.03.2023

Acknowledgment

This study is derived from Özlem Akbulut Dursun's PhD dissertation prepared at Atatürk University, Department of Marketing, under the supervision of Prof. Dr. Aysel Erciş.

ABSTRACT

Consumers' satisfaction in the process, from purchasing goods and services to meeting their household needs, undoubtedly affects their general judgments about their lives. The experiences obtained as a result of consumption expenditures show that the individual has high life satisfaction at the micro level; at the macro level, it is accepted as an indicator of the happiness and quality of life of the society. In this study, the effect of satisfaction in the consumer living space and the self-control that consumers have in their expenditures on life satisfaction is examined. The study was applied to households residing in Istanbul and 600 questionnaires were evaluated. In the study, the consumer well-being scale developed by Lee et al. (2002) and adapted by Sirgy et al. (2008) and used in their studies; the life satisfaction scale developed by Diener et al. (1985); The consumer spending self-control scale developed by Haws et al. (2012) was used. SPSS 22.0 and M-PLUS 8.2 package statistical programs were used in the analysis of the data. Frequency distributions and demographic characteristics of the participants were examined; reliability and regression analyses were performed. As a result of the research, it was found that the product quality, the availability of the desired products, prices, store ambience, staff courtesy, return and exchange policies, acquisition satisfaction expressing working hours and consumption service usage satisfaction had a negative effect on life satisfaction. It was concluded that consumer spending self-control, which has the ability to monitor and regulate consumers' thoughts and decisions about spending by the standards they set, has a positive effect on life satisfaction.

Key words: consumer well-being, consumer spending self-control, life satisfaction, consumer behavior

Jel Codes: D10, I31

Hanehalkı Tüketim Harcamalarında Tüketici İyi Oluşu ve Tüketici Harcama Öz-Kontrolünün Yaşam Doyumuna Etkisi

Süreç

Geliş: 01.03.2023

Kabul: 27.03.2023

Bilgi:

Bu çalışma Atatürk Üniversitesi SBE Pazarlama ABD'da Prof. Dr. Aysel Erciş'in danışmanlığında Özlem Akbulut Dursun'un hazırladığı doktora tezinden üretilmiştir.

License



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

Öz

Tüketicilerin hane ihtiyaçlarını gidermek için mal ve hizmetleri satın almalarından elden çıkarmalarına kadar geçen süreçteki memnuniyetleri kuşkusuz yaşamları hakkındaki genel yargılarını etkilemektedir. Tüm tüketim harcamaları sonucunda elde edilen deneyimler mikro düzeyde bireyin yüksek yaşam doyumuna sahip olduğunu; makro düzeyde ise toplumun mutluluğunun ve yaşam kalitesinin yüksek olduğunu bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada, tüketici yaşam alanındaki memnuniyetin ve tüketicilerin harcamalarında sahip oldukları öz-kontrolün yaşam doyumları üzerindeki etkisi incelenmektedir. Çalışma İstanbul ilinde ikamet eden hanehalklarında uygulanmış ve 600 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Çalışmada Lee ve diğerleri (2002) tarafından geliştirilen ve Sirgy ve diğerleri (2008) tarafından uyarlanarak çalışmalarında kullandıkları tüketici iyi oluşu ölçeği; Diener ve diğerleri (1985) tarafından geliştirilen yaşam doyum ölçeği; Haws ve diğerleri (2012) tarafından geliştirilen tüketici harcama öz-kontrolü ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.0 ve M-PLUS 8.2 paket istatistik programlarından faydalanılmıştır. Katılımcıların frekans dağılımları, demografik özellikleri incelenmiş; güvenilirlik ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırma sonucunda yerel perakendecilerin ürün kalitesi, istenilen ürünlerin bulunması, fiyatları, mağaza ambiyansı, personel nezaketi, iade ve değişim politikaları, çalışma saatlerini ifade eden "sahip olma memnuniyetinin" ve tüketim hizmeti kullanım memnuniyetinin yaşam doyumunu üzerinde negatif etkisi olduğu; tüketicilerin harcama ile ilgili düşüncelerini ve kararlarını kendi belirlediği standartlara uygun şekilde izleme ve düzenleme yeteneği olan harcama öz-kontrolünün pozitif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: tüketici iyi oluşu, tüketici harcama öz-kontrolü, yaşam doyum, tüketici davranışları

oaakbulut@cumhuriyet.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-6212-8531>

ayselercis@atauni.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9835-8574>

How to Cite: Akbulut Dursun Özlem, Erciş Aysel (2023) Consumer Well-being in Household Consumption Expenditures and the Effect of Consumer Spending Self-Control on Life Satisfaction, *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 24 (2): 279-291.

Giriş

Tüketim harcamaları talebe, tercihlere ve gelire dayanan kararların sonucu olarak kabul edilmekte; farklı yaşam tarzlarının ve refahın dolayısıyla da mutluluğun bir göstergesi olarak ifade edilmektedir. Öznel iyi oluşun bir boyutu olan ve bireyin kendi yaşamını bir bütün olarak düşündüğünde ne şekilde değerlendirdiği olarak tanımlanan yaşam doyumu; bireyin işi, evliliği, sağlığı, ailesi ve sosyal ilişkileri gibi konulardaki genel yargıları ve kapsamlı mutluluğun önemli bir faktörüdür (Diener, 2006; Otkik, 2004).

Her insan birden fazla yaşam alanına sahip olduğundan, psikolojik yaşam alanının çok boyutlu olduğu araştırmacılar tarafından kabul edilmekte (Andrews ve Withey, 1976; Diener, 1984) ve bu psikolojik yaşam alanında spesifik deneyim ve duygular ile ilgili anılar saklanmaktadır. Olumlu ve olumsuz etkilerin, somut olaylardan iş hayatı, boş zaman, aile ve sosyal hayat gibi yaşam alanlarına ve genel yaşama yayılmasının etkili olduğunu göstermektedir. Aşağıdan yukarıya yayılma modeli olarak ifade edilen bu yapı, temelde bir memnuniyet hiyerarşisi kavramıdır. Belirli yaşam alanında yer alan olaylar, sahip oldukları etkinin aşağıdan yukarıya yayılması yoluyla yaşam doyumunu etkileyebilmektedir. Araştırmacıların mutluluğu küçük zevklerin toplamı yani; mutlu yaşamın yalnızca mutlu anların birikimi şeklindeki ifadeleri modeli açıklamada yararlı olabilir (Diener, 1984: 565; Lee ve diğ., 2002: 158; Sirgy ve diğ., 2007a).

Pazarlama faaliyetlerinin tüketicilerin yaşam doyumunu üzerindeki etkisi çoğu akademisyen tarafından araştırmaya değer bulunmuştur. Pazarlama uygulamaları tüketici yaşam alanındaki memnuniyeti etkilediğinden dolayı tüketicilerin yaşam kalitesini önemli ölçüde etkilemektedir (Lee ve diğ., 2002: 158). Gelir, mutluluk ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkiye yönelik oldukça fazla kanıt bulunurken (Diener, Sandvik, Seidlitz ve Diener, 1993; Diener, Tay ve Oishi, 2013; Stevenson ve Wolfers, 2013); tüketim düzeyinin, tüketim bileşiminin ve tüketim harcamalarının mutluluk ya da öznel iyi oluş üzerindeki etkilerine yönelik nispeten az miktarda çalışma bulunmaktadır (Noll ve Weick, 2015; Stanca ve Veenhoven, 2015).

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmet alımlarından yerel anlamdaki memnuniyetleri kuşkusuz yaşam doyumları üzerinde etkilidir. Günümüzün müşteri odaklı olan pazarında tüketici memnuniyetine ulaşılabilmesi ve tüketici mutluluğu en önemli amaç olarak görülmektedir. Bu çalışmada tüketici yaşam alanındaki memnuniyetin ve tüketicilerin harcamalarında sahip oldukları öz-kontrolün yaşam doyumunu üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

İyi Oluş

Geçmişten bu yana insanlar iyi yaşamın doğasını merak etmişler, hayatı arzu edilir kılan faktörün ve yüksek yaşam kalitesinin belirleyicisinin ne olduğunu araştırmışlardır. 20.yy'ın ilk yarısında bilim adamları genellikle insanların ruh hallerine yönelik araştırmalar yaparak, mutluluğu

belirlemeye çalışmışlardır. 1960'lı yıllarda büyük ölçekli mutluluk anketleri ortaya çıkmış ve ortalama ulusal mutluluk üzerine araştırmalar yapılmıştır. Bu geniş çaplı mutluluk anketlerinin çoğunlukla sosyolojik bir alt yapıda olduğu ve bundan dolayı gelir, cinsiyet, medeni durum gibi demografik unsurları temel aldığı görülmektedir (Diener, 2009: 2-3). Bradburn ve Caplovitz (1965: 56-60), demografik durumlarla ilgili mutluluk raporlarının bazı önemli örneklerini inceledikten sonra aynı raporları daha ayrıntılı iyi oluş ölçütleri ile incelemişlerdir. Araştırmacılar, mutluluğun tek bir şey olmadığını ve faktörlere ayrılabilirliğini öne sürmüşler; "olumlu etki" ve "olumsuz etki" nin sanıldığı gibi iki karşıt kutup olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. 20.yy'ın ikinci yarısında özellikle Wilson (1967) ve Diener (1984)'in araştırmalarıyla iyi oluş hakkında yapılan bilimsel çalışmalar artmıştır. Wilson (1967) mutlu insanı; genç, sağlıklı, eğitilmiş bir kişi olarak tanımlamıştır. Diener (1984)'e göre iyi oluş; en uygun psikolojik deneyim ve işleyiş durumunu ifade etmektedir.

Felsefeciler iyi oluşun ya da iyi bir yaşam sürmenin farklı yolları olduğunu ifade etmişlerdir. Waterman (1981) ve Ryff (1989) iyi oluşu, eudaimonik ve hedonik yaklaşım olarak bir ayrıma tabi tutmuşlardır. Eudaimonik yaklaşım (psikolojik iyi oluş); kişisel gelişim ve işlevini yerine getiren bir yaşamı ifade etmekte ve anlam üzerine yoğunlaşmaktadır. Hedonik yaklaşım (öznel iyi oluş) ise; zevk ve yaşam memnuniyeti üzerine odaklanmaktadır. Hedonik bakış açısına göre; iyi oluş, memnuniyetsizliğe karşı zevk deneyimi ve kendi çıkarlarının korunmasından kaynaklanan öznel mutluktan meydana gelmektedir (Peterson, Park ve Seligman, 2005: 26). Hedonik iyi oluş; problemsiz, sakin ve rahat olma durumları ile ilgili olup; zevk, haz, memnuniyet, neşe ve mutluluk duyguları ile tanımlanmaktadır (Boniwell, 2012: 55). Günümüzde hala güçlü olan hedonik bakış açısı objektif mutluluk fikrine bir giriş sağlamıştır. Bakış açısına göre; mutluluğun, iyinin kötünden, zevkin acıdan kaçabileceği bir boyutta değerlendirilebileceği ifade edilmektedir. Kahneman, Diener ve Schwartz (1999) çalışmalarında kişilerin bir bütün olarak yaşamlarından mutlu olup olmadıklarına dair bilinenleri gözden geçirmişler ve mutluluğu yüksek olumlu etki oranı ve olumsuz etki eksikliği olarak tanımlamışlardır. Hedonia (hedonik iyi oluş) kavramının en yaygın kullanılan kavramsallaştırması Diener (1984)'in "olumlu etki" ve "olumsuz etki" arasındaki denge ile yaşam doyumundan oluşan öznel iyi oluş modelidir.

Öznel İyi Oluş

Öznel iyi oluş, insanların yaşamlarının iyi oluş düzeylerini, olumlu ya da olumsuz öznel değerlendirmelerine göre tanımladıkları şemsiye bir terimdir. Bu değerlendirmeler; yaşam memnuniyeti, ilgi ve sorumluluklar ile ilgili düşünce ve hisleri, yaşamında karşılaştığı olaylara karşı neşe ve hüzün gibi duygusal tepkileri, iş, ilişkiler, sağlık, anlam, amaç ve diğer önemli alanlarla ilgili memnuniyeti kapsamaktadır (Diener ve Ryan, 2009: 391). Öznel iyi oluş, insanların bilişsel yargıları ve duygusal tepkileri de dahil olmak üzere neden ve niçin olumlu yönde yaşamak istedikleri ile ilgilidir. Bundan dolayı

mutluluk, memnuniyet, moral, olumlu etki gibi kavramların kullanıldığı çalışmaları kapsamaktadır (Diener, 2009: 11).

Wilson (1967) çalışmasında mutlu insanı; genç, sağlıklı, iyi eğitilmiş ve iyi gelire sahip, dışa dönük, öz saygısı yüksek, mütevazı istekleri olan, iyimser, dindar ve evli bir kişi olarak tanımlamıştır. Diener (1984)'e göre iyi oluş; en uygun psikolojik deneyim ve işleyiş durumunu ifade etmektedir ve özeldir. Çünkü insan kendini yalnızca deneyimlerine göre değerlendirmektedir. İyi oluş, bir kişinin tecrübesi dahilinde gerçekleşmesinden dolayı özeldir ancak öznel iyi oluşun belirtileri sözel ve sözel olmayan davranışlarda, eylemlerde, dikkat ve bellekte nesnel olarak ölçülebilir (Diener ve Ryan, 2009: 391). Bireyin sahip olduğu hayata dair olumlu düşünce ve duygularının miktar bakımından üstün olması (Myers ve Diener, 1995), günlük kullanımda ise pozitif etkinin negatif etkiye üstünlüğü olarak ifade edilen öznel iyi oluş zevk veren, hoş duygusal deneyimleri yansıtmaktadır (Bradburn, 1969). Dolayısıyla öznel iyi oluş hoş duyguları deneyimlemeyi, düşük düzeyde olumsuz ruh halini ve yüksek yaşam doyumunu içeren geniş bir kavramdır ve "kişinin yaşamı üzerine bilişsel ve duygusal deneyimleridir" şeklinde tanımlanmaktadır. (Diener, Lucas ve Oishi, 2002a: 63).

Bradburn (1969) öznel iyi oluşun olumlu ve olumsuz duygudan oluşan iki bileşenden meydana geldiğini ifade eden ilk kişi olmuştur ve mutluluğu, bireyin olumlu duyguları ile olumsuz duygularını kıyaslayarak hayatı hakkında vardığı genel yargılar olarak belirtmiştir (Aktaran: Diener, 1984: 547). Andrew ve Withey (1976) ise öznel iyi oluşun, yargısal (bilişsel) ve duygusal olmak üzere iki boyuttan meydana geldiğini ve olumlu duygu, olumsuz duygu ve yaşam doyumunu olmak üzere üç temel göstergesinin bulunduğunu ifade etmektedir (Aktaran: Diener, 1984).

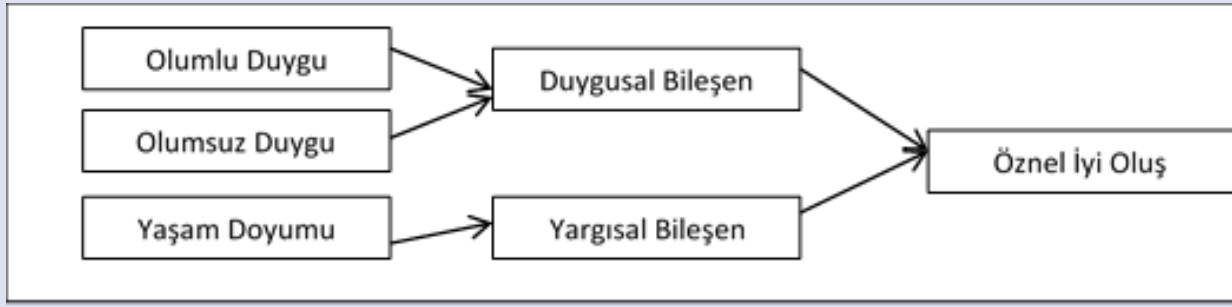
Şekil 1.'de gösterilen öznel iyi oluş yapısındaki olumlu ya da hoş duygular bireyin yaşamının arzu ettiği şekilde ilerlediğini gösteren olaylara verdiği tepkiler olarak ifade edilmektedir. Olumlu duygular sevgi, zevk, neşe, zindelik olarak sıralanabilir ve pozitif bir ruh halini göstermektedir. Yapının ikinci boyutu olan olumsuz duygular; öfke, üzüntü, endişe, stres, hayal kırıklığı, utanç ve kıskançlıktan oluşan olumsuz ya da hoş olmayan tepkilerdir ve sık, uzun süreli olduklarında bireyin kendi yaşamının kötü ilerlediğine dair inancının bir göstergesidir. Üçüncü ve son boyut olan yaşam doyumunu ise, bireyin yaşamını bir bütün olarak ele aldığı nasıl değerlendirdiğini ifade etmektedir ve bireyin yaşamı hakkında yaptığı geniş yansıtıcı bir değerlendirmeyi temsil etmektedir (Diener, 2006: 399). Bu üç unsura sahip olan insanın yüksek düzeyde öznel iyi oluşa sahip olduğu düşünülmekte ve bu nedenle de öznel iyi oluş, "mutluluk" kelimesiyle aynı anlamda da kullanılmaktadır (Diener, 1994).

Yapılan araştırmalar yüksek düzeyde iyi oluş ve yaşam doyumunun; sağlık ve uzun ömür, iş hayatı ve gelir, sosyal ilişkiler, sosyal faydalar bakımından bireyleri dört bakımdan olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur (Thoits ve Hewitt, 2001; Diener, Nickerson, Lucas ve

Sandvik, 2002b; Røysamb, Tambs, Neale ve Harris, 2003; Diener ve Biswas-Diener, 2008).

Tüketici İyi Oluşu

Birçok bakış açısıyla incelenen ve çok boyutlu olan iyi oluş kavramı için tek bir tanım yapmak oldukça güçtür. Genel bir kavram olarak ifade edilen iyi oluş, bir birey ya da grubun fiziksel, psikolojik, sosyal ya da ekonomik durumları gibi çeşitli bağlamlardaki durumlarını açıklamaktadır. (Lee, Sirgy, Larsen ve Wright, 2002; Malhotra, 2006; Sirgy, Lee ve Kressmann, 2006; Diener, 2009; Scott, Martin ve Schouten, 2014). Tüketici iyi oluş kavramı için de iyi oluş gibi ortak bir tanım yapmak güçtür (Sirgy ve diğ., 2007a). Kavramının çok boyutlu bir karaktere sahip olması ve olgunun toplumsal yönlerinin kabul edilmesindeki gecikme, literatürde tanımı üzerine bir tartışma ortaya çıkarmıştır. Kavram tanım olarak akademik çevrelerce tek bir çatı altında toplanamamış ve üç kategoriye ayrılmıştır: Birinci kategori, tüketicilerin belirli tüketim alanlarından memnuniyet derecesini tanımlamakta (Lee ve diğ., 2002); ikinci kategori, memnuniyet ölçümüne ruhsal ve duygusal düşünceleri eklemekte (Leong, Ang, Cote, Lee ve Houston, 2016); üçüncü kategori ise bireysel hedonizm perspektifinden bakarak psikolojik iyi oluşu ve sosyal iyi oluşu göz önünde bulundurmaktadır (Waterman, Schwartz ve Conti, 2008). Tüketici iyi oluşu, bireyin ihtiyaçlarının bir bütün olarak toplumla uyumluluğudur (Suranyi-Unger,1981; Szymansk ve Henard, 2001). Burrughs, Rindfleisch (2002) ve Lee, Yu (2014: 1230) tüketici iyi oluşunun ekonomik yöneline sahip olduğunu başka bir deyişle bir kişinin ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmet satın alımı yaptığını dolayısıyla ihtiyaçların karşılanmasından elde edilen memnuniyetle ilgili olduğunu ifade etmişlerdir. Tüketici ihtiyaçlarına ne kadar fazla gereksinim duyarsa, bu ihtiyaçlarının giderilmesi sonucunda o kadar tatmin olacaktır (Lee ve diğ., 2002; Sirgy ve diğ., 2006; Mick, 2008). Lee ve diğerleri (2002: 58) tüketici iyi oluşunu çeşitli tüketici yaşamı alt alanlarından memnuniyet olarak tanımlamışlardır. Sirgy ve Lee (2006: 43) tüketici iyi oluşunun, "tüketicilerin mal ve hizmetlerle ilgili deneyimlerinin (belirli mal ve hizmet kategorilerinin yerel ortam bağlamında edinilmesi, hazırlanması, tüketilmesi, mülkiyeti, bakımı ve elden çıkarılması ile ilgili deneyimleri) hem tüketicilerin hem de genel toplumun yararına olduğunu" belirtmişlerdir. Araştırmacılar tüketici iyi oluşunun ideal tanımının; 1) tüketicilerin pazarda yaşadığı çeşitli deneyimleri yakalaması gerektiğini, 2) hem bireysel ve hem de toplumsal refahı göstermek için tüketici iyi oluşunu yakalaması gerektiğini, 3) karar vericilerin problemleri tespit etmelerine ve buna bağlı olarak düzeltici faaliyetlerde bulunmalarına yardımcı olmak için yüksek tanıl ve pratik olması gerektiğini ifade etmişlerdir. Sirgy (2021) tüketici iyi oluşunun toplumsal refahı yansıttığını başka bir deyişle yüksek düzeyde tüketici iyi oluşunun tüketici mutluluğu, yaşam doyumunu, yaşamdan genel mutluluk ve toplumsal refah gibi daha yüksek düzeyde yaşam kalitesine yol açtığını belirtmiştir.



Şekil 1. Öznel İyi Oluş Yapısı (Demir Kangal, 2013: 218)
Figure 1. Subjective Well-Being Structure (Demir Kangal, 2013: 218)

Kavram olarak süreç temelli (Meadow, 1983), ihtiyaç temelli (Sirgy ve diğ., 2006) ve toplum temelli (Grzeskowiak ve Sirgy, 2007; Sirgy ve Cornwell, 2001; Sirgy ve diğ., 2008) olarak açıklanan tüketici iyi oluşu, bireysel seviyedeki yaşam kalitesinin merkezi bir bileşenidir ve bireylerin yaşamlarının bilişsel ve duygusal değerlendirmelerini ifade etmektedir. Bilişsel bileşen, bireyin yaşam doymumu belirtilirken duygusal bileşen, bireyin olumlu ve olumsuz etkiler arasındaki hedonik dengesini gösterilmektedir (Daskalopoulou, 2014: 1222). Bireyin hayatında tüm yaşam alanları önemli olmakla birlikte, tüketici iyi oluşu yaşam kalitesini etkileyen önemli bir bileşen olarak kabul edilmektedir. Tüketici iyi oluşu ne kadar yüksek olursa, yaşam kalitesinin o kadar yüksek olacağı vurgulanmakta ve bir mal ya da hizmetin toplam yaşam kalitesine katkısının farkına varılmasının o ürünün tüketici iyi oluşuna katkısı ile anlaşılacağı belirtilmektedir (Sirgy ve diğ., 2008; Xiao, 2015: 13).

Tüketici iyi oluşu ve öznel iyi oluş kavramları arasında bazı ortak noktalar olmakla beraber, kavramların anlam bakımından farklı çağrışımları ve açık teorik sınırlılıkları bulunmaktadır. Ortak noktaları incelendiğinde; birinci olarak iki kavram da bireyin sahip olduğu bilincin yani aklın bir konusudur. İkincisi kavramlar zevk, haz, memnuniyet gibi benzer etkiler sağlayabilir. Üçüncü olarak ise bu iki kavramın da gelişimi temel duygulardan oluşmakta ve bundan dolayı yapı ve içerik olarak birbirine benzemektedir (Zhao ve Wei, 2019). Kavramlar arasındaki ilişki ise iki başlıkta toplanabilir ilki, tüketici iyi oluşunun öznel iyi oluşun önemli bir parçası olması; ikincisi ise aşağıdan yukarıya yayılma etkisidir. Aşağıdan yukarıya yayılma etkisi yaşam alanlarındaki genel anlamda bireysel iyi oluşu etkilemekte ve böylece bireysel öznel iyi oluşu meydana getirmektedir (Lee ve diğ., 2002). Tüketici iyi oluşu ve öznel iyi oluş arasında anlam ve teorik sınırları bakımından farklar ise şu şekilde sıralanabilir:

- Bireyin farklı nesnelere ya da genel hayatına karşı gösterdiği duygusal tepkiler öznel iyi oluş; kişisel tüketim hayatı için gösterdiği duygusal tepkiler ise tüketici iyi oluş açısından değerlendirilir (Lee ve Ahn, 2016).
- Farklı kaynaklardan oluşan çeşitli bilgi ve olayların genel hayata etkisi için öznel iyi oluş söz konusu iken, tüketimle ilgili uyaranlar ve tüketici davranışları için tüketici iyi oluşu söz konusudur (Lee ve diğ., 2002). Yapılan çalışmalar incelendiğinde tüketici iyi oluşunu

etkileyen önemli faktörlerin kişisel değerler, sosyo-kültürel faktörler, ürün ve hizmet faktörleri olduğu belirlenmiştir (Burroughs ve Rindfleisch, 2002; Lee ve Yu, 2014; Markus ve Schwartz, 2010; Bastos ve Brucks, 2017).

- **Kişisel Değerler:** Tüketici iyi oluşu, bireylerin öznel bir duygusu olan sahip oldukları değerlerden etkilenmektedir. Yüksek düzeydeki materyal değerlerin iyi oluşu olumsuz yönde etkilediğine dair bir araştırma akışı bulunmaktadır. (Belk, 1984; Belk, 1985; Richins ve Dawson, 1992; Burroughs ve Rindfleisch, 2002; Kasser ve Ahuvia, 2002). Çünkü yüksek materyalist değerlere sahip olan tüketiciler mülkiyeti gereğinden fazla önemserler, daha kolay tüketirler ve bu yüzden mutsuz olurlar. Sawatzky, Ratner ve Chiu (2005) maddi değerlerin bireysel yöneliminin aile veya manevi değerler gibi kolektif odaklı değerler ile çeliştiğini ifade etmişler ve bu değer-durum çatışmasının da bireyde gerginlik yaratarak iyi oluş düzeyini azalttığını belirtmişlerdir. Mutlu ve keyif veren bir yaşam tarzı olarak kısaca ifade edilen hedonizm ile tüketici iyi oluşu arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışma sonuçlarına göre ise iki farklı görüş bulunmaktadır. Birinci görüşe göre hedonizmin fazla tüketime ve tüketici iyi oluşu açısından olumsuz olan düşük öz-kontrole yol açtığı ifade edilmektedir (Veenhoven, 2003). Diğer bir görüşe göre ise mutluluk peşinde koşmanın bireye mutluluk getireceğini, hedonizmin bireyin kendisini ifade etmesini, başkalarının iyiliğini gözetme, empati kurma, paylaşma gibi prososyal davranışını ve dolayısıyla tüketici iyi oluşunu artıracığı belirtilmektedir (Lee, Sirgy, Yu ve Chalamon, 2014).
- **Sosyo-Kültürel Faktörler:** Tüketici deneyimleri ve tüketici iyi oluşu arasındaki ilişkileri sosyo-kültürel faktörler düzenlemektedir. Tüketim sürecinde kişiler arası iyi ilişkiler, grup kültürüne sahip olan tüketiciler için mutluluğu değerlendirmek bakımından önemli bir unsurdur. Bununla beraber, bireysel kültüre sahip olan tüketiciler açısından ise kişiler arası ilişkilerden ziyade eşya sayısının fazla olması önem taşımaktadır. Bu tüketiciler daha fazla ürün seçeneğini daha fazla özgürlük olarak değerlendirmekte ve kendilerini daha fazla mutlu hissetmektedirler (Markus ve Schwartz, 2010).
- **Ürün ve Hizmet Faktörleri:** Hizmet ve ürüne ilişkin faktörlerin tüketici iyi oluşunu etkilediğine dair

çalışmalar bulunmaktadır. Bastos ve Brucks (2017), tüketici iyi oluşu üzerinde deneysel ürünlerin maddi ürünlerden daha elverişli olduğunu bulmuşlardır. Hizmetlerin tüketici iyi oluşunu etkilediğini savunan çalışmalara örnek olarak ise; Su, Swanson ve Chen (2016)'in araştırması verilebilir. Çinli turistler üzerinde yaptıkları araştırmalarında, hizmet kalitesinin tüketicilerin genel memnuniyeti ve müşteri-firma kimliği aracılığı ile tüketici iyi oluşunu etkilediğini tespit etmişlerdir.

Tüketici Harcama Öz-Kontrolü

Tüketici araştırmaları için umut verici görülen ve plansız satın almanın önemli bir nedeni olabileceği ifade edilen öz-kontrol kavramı, bir bireyin davranışlarını izleme, belirgin, açık standartlara ve değişim kapasitesine sahip olma yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Bir bireyin sahip olduğu öz-denetimdeki farklılıklar, bireyin kişiliğinin kararlı bir özelliği olarak görülmektedir (Baumeister, 2002; Vohs ve Faber, 2007). Öz-kontrol; "bireyin içsel tepkilerini geçersiz kılma veya değiştirme, bunun yanı sıra istenmeyen davranış eğilimlerini engelleme ve bunlara etki etmekten kaçınma yeteneği" olarak ifade edilmektedir (Hofmann, Luhmann, Fisher, Vohs ve Baumeister, 2013: 265)

Tüketici öz-kontrolü, tüketim ile ilgili olarak bireyin kendi kendini denetleme çabası çerçevesinde, zamana bağlı olmayan tercihlerinden kaynaklanan irade ile arzusu arasındaki bir mücadele olarak tanımlanmıştır (Hoch ve Loewenstein, 1991; Wertenbroch, 1998; Baumeister, 2002). Haws, Bearden ve Nenkov (2012: 697) ise tüketici harcama öz-kontrolünü, "bireyin harcama ile ilgili düşüncelerini ve kararlarını kendi belirlediği standartlara uygun şekilde izleme ve düzenleme yeteneği" olarak tanımlamaktadır. Yazarlar, tüketici harcama öz-kontrolü ile plansız tüketim ve kompulsif tüketim arasında ilişki olabileceğini belirtmişlerdir.

Yaygın olarak, öz-kontrol problemlerinin tüketicinin plansız alışverişe neden olan dürtüsel sorunlardan kaynaklandığına inanılmaktadır (Wertenbroch, 1998) ve plansız alışverişin çoğunlukla tüketicinin harcamaları üzerindeki kontrol miktarı ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Dholakia, Gopinath, Bagozzi ve Nataraajan, 2006; Vohs ve Faber, 2007). Kompulsif tüketim ile ilgili olarak ise, O'Guinn ve Faber (1989); olumsuz olay ve duygulara tepki olarak ortaya çıkan kompulsif tüketimin kısa vadede faydalar sağlasa dahi, sonuç itibarıyla olumsuz etkiler doğurabileceğini ifade etmişlerdir. Yüksek kompulsif tüketimin tüketicilerde gizleme davranışı, aile içi tartışmalar ve sık satın alınan ürünlerin iadeleri sonuçlarını ortaya çıkardığı belirtilmiştir (Ridgway, Kukar-Kinney ve Monroe, 2008).

Tüketicilerin mal ve hizmetleri satın alıp almama kararlarında verdikleri mücadeleyi ve neyin, ne zaman, hangi miktarda satın alınıp ne kadar tasarruf edileceğini anlamak tüketici iyi oluşu açısından önemlidir (Haws, 2017, s: 386). Haws ve diğerleri (2012) çalışmalarında düşük harcama öz-kontrolünün hanehalkı anlaşmazlıkları ve gerginlik gibi sosyal sonuçlar ile pişmanlık, stres, utanç gibi

psikolojik sonuçlar doğurduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca yapılan çalışmalarda harcamaya bağlı öz-kontrol başarısızlıklarının negatif yaşam sonuçlarına neden olabileceği vurgulanmıştır (Tangney, Baumeister ve Boone, 2004; Xiao, Sorhaindo ve Garman, 2006). Baybars ve Özhan Dedeoğlu (2020) önemli bir tüketici grubu olan anneler özelinde tüketicilerin harcama öz-kontrolünün farklı durumlarda (annenin kendisi ve çocuğu için) ne şekilde farklılaştığını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda annelerin kendi kalemlerinden ve harcamalarından taviz vererek çocukları için daha fazla para harcamaya istekli oldukları yani; çocuklarına yaptıkları harcamalara kıyasla kendi harcamalarında daha yüksek öz-denetime sahip oldukları belirlenmiştir. Yener (2020) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada harcama öz-kontrolü açısından kadınların erkekelere göre daha yüksek değerlere sahip olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

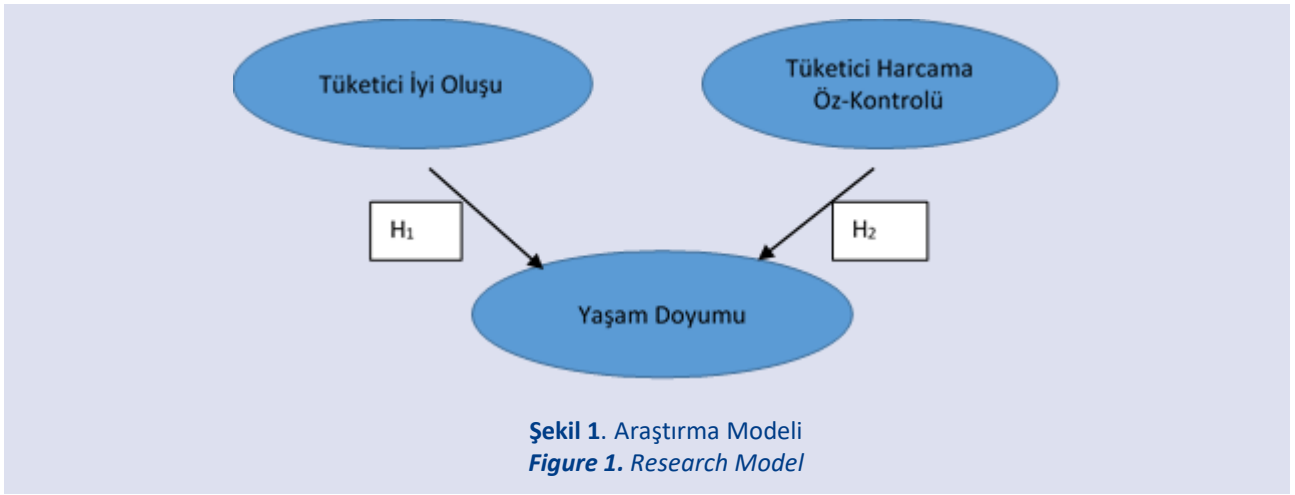
Araştırmanın Önemi ve Amacı

Değişen yaşam koşulları, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarında da farklılıklar meydana getirmekte mal ve hizmetleri satın alımlarından elden çıkarmalarına kadar geçen süreçteki memnuniyet ya da memnuniyetsizliklerini değiştirmektedir. Günümüzde tüketici davranışı alanında birçok araştırma, mal ve hizmetlerin satın alımından tüketilmesine ve elden çıkarılmasına kadar, tüketimle ilgili daha geniş bir deneyim kapsamı sunmaktadır. Pazarlamanın tüketicilerin yaşam doyumu üzerine etkisi, akademisyenler tarafından araştırılmaya değer bulunmuştur (Leelanuithanit ve diğ., 1991; Sirgy ve Lee, 2006; Peterson ve Ekici, 2007). Tüketicilerin hane ihtiyaçlarını gidermek için satın alımlarından mal ve hizmetleri elden çıkarmalarına kadar geçen süreçteki memnuniyetleri, kuşkusuz yaşamları hakkındaki genel yargılarını etkilemektedir. Tüm tüketim harcamaları sonucunda elde edilen deneyimler, mikro düzeyde bireyin yüksek yaşam doyumuna sahip olduğunun; makro düzeyde ise, toplumun mutluluğunun ve yaşam kalitesinin yüksek olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Bu çalışmanın amacı hane ihtiyaçlarını karşılamak üzere mal ve hizmet satın alımını ve/veya kullanımını gerçekleştiren tüketicilerin, tüketim süreçleri boyunca memnuniyetlerinin ve sahip oldukları harcama öz-kontrolünün yaşam doyumu üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Türkiye'de hanehalkı sayısı en yüksek olan il olması nedeniyle, araştırmanın uygulama kısmında İstanbul'da yaşayan hanehalkları tercih edilmiştir. İstanbul'da ikamet eden 18-75 yaş arası, rasyonel bir şekilde hane tüketim ihtiyaçlarını belirleyerek kişisel ve ailevi satın alım kararlarını verebilecek ve/veya satın alımları gerçekleştirebilecek bireyler tercih edilmiştir. Bu nedenle 18 yaş altında ve 75 yaş üstündeki tüketiciler örneklem içerisine alınmamıştır.



H₁: Tüketici iyi oluşunun yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

H₂: Tüketici harcama öz-kontrolünün yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

Çizelge 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Table 1. Demographic characteristics of the respondents

Cinsiyet	Sayı	Yüzde (%)	Meslek	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	307	51,2	Bedensel İşçi	156	26,0
Erkek	293	48,8	Zihinsel İşçi	39	6,5
Toplam	600	100,0	Memur	22	3,7
Yaş	Sayı	Yüzde (%)	Meslek	Sayı	Yüzde (%)
18-28	204	34,0	Esnaf	62	10,3
29-39	174	29,0	Profesyonel Meslek	74	12,3
40-50	101	16,8	Ev Hanımı	105	17,5
50 ve üstü	121	20,2	Öğrenci	64	10,7
Toplam	600	100,0	Emekli	65	10,8
Aylık Gelir (₺)	Sayı	Yüzde (%)	İşsiz	13	2,2
1599 ve altı	6	1,0	Toplam	600	100,0
1600-2499	65	10,8	Medeni Durum	Sayı	Yüzde (%)
2500-3999	186	31,0	Evli	318	53,0
4000-5999	139	23,2	Bekar	215	35,8
6000-7999	46	7,7	Boşanmış	39	6,5
8000-9999	12	2,0	Dul	28	4,7
10000 ve üstü	6	1,0	Toplam	600	100,0
Cevap yok	140	23,3			
Toplam	600	100,0			

Bununla birlikte ankete katılmak isteyebilecek ancak hanelerinde bulunmadıkları için araştırma şirketinin görüşmemesinden dolayı araştırma kapsamına alınamayan kişiler sınırlarıdır. Tüm bu kısıtların var olması nedeni ile araştırma sonuçlarının İstanbul genelindeki tüm tüketicilere genellenmesi mümkün olmamaktadır.

Çalışmada kullanılan araştırma modeli aşağıdaki şekilde şematize edilmiş ve Şekil 2'de gösterilmiştir. Çalışmada yer alan tüketici iyi oluşu ölçeği, Lee ve diğerleri (2002) tarafından geliştirilen ve Sirgy ve diğerleri (2008) tarafından uyarlanarak çalışmalarında kullandıkları ölçektir. Yaşam doyumu ölçeği Diener ve diğerleri (1985) tarafından; tüketici harcama öz-kontrolü ölçeği ise, Haws ve diğerleri (2012) tarafından geliştirilen ölçektir.

Araştırmaya katılan 18-75 yaş aralığında, İstanbul'da yaşayan toplam 600 örneklem birimine ait demografik özellikler Çizelge 1.'de gösterilmiştir.

Katılımcıların yarısı kadın bireylerden oluşmakta; çoğunluğu 18-28 ve 29-39 yaş aralığında bulunmaktadır.

Katılımcıların yaklaşık yarısı evli, çoğunluğu üniversite ve lise mezunudur. Katılımcıların yaklaşık yarısı 3-4 kişiden oluşan haneye sahiptir ve büyük bir kısmı 20 yıldan fazla İstanbul'da yaşamaktadır.

Analiz ve Bulgular

Araştırmada teorik modelin yapısal geçerliliğini test etmek ve ölçekleri oluşturan temel boyutları değerlendirmek amacıyla açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.0 ve M-PLUS 8.2 paket istatistik programlarından faydalanılmıştır. Veriler değerlendirilirken, tanımlayıcı istatistiksel metotlar (aritmetik ortalama, sayı, yüzde), güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi (AFA), doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve regresyon analizi yöntemleri kullanılmıştır.

Verilerin açıklayıcı faktör analizi için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi ile incelenmiştir. Elde edilen faktör analizi sonucunda 67 ifadeden oluşan ölçekteki 6 ifadenin faktör yüklerinin

0,30'dan küçük çıktığı tespit edilmiş ve bundan dolayı bu 6 ifade elenmiştir. Analiz 61 ifade üzerinden gerçekleştirilmiş ve analiz sonucunda sahip olma (alışveriş) memnuniyeti, hazırlık memnuniyeti, tüketim malları kullanım memnuniyeti, tüketim hizmetleri kullanım memnuniyeti, sahiplik memnuniyeti, bakım/onarım memnuniyeti olmak üzere toplam altı faktör elde edilmiştir. İfadelerin faktör yükleri 0,44 ile 0,82 arasında yer almaktadır.

H₁: "Tüketici iyi oluşunun yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır" ana hipotezinin alt hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H_{1a}: Sahip olma memnuniyetinin yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

H_{1b}: Hazırlık memnuniyetinin yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

H_{1c}: Tüketim malları kullanım memnuniyetinin yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

H_{1d}: Tüketim hizmetleri kullanım memnuniyetinin yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

H_{1e}: Sahiplik memnuniyetinin yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

H_{1f}: Bakım/onarım memnuniyetinin yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır.

Tüketici iyi oluşuna ölçeğine yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda KMO değerinin 0,94 ve Barlett's (16,901) testinin anlamlı çıkması, her bir boyut için toplanan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Araştırma modelinde yer alan tüketici iyi oluş ölçeğinin 6 faktöründen; sahip olma (alışveriş) memnuniyeti faktörü elde edilen verilerin toplam varyansının %8,16'sını, hazırlık (montaj) memnuniyeti faktörü %4,64'ünü, tüketim mallarını kullanım memnuniyeti faktörü %4,23'ünü, tüketim hizmetlerini kullanım memnuniyeti faktörü %12,89'unu, sahiplik(mülkiyet) memnuniyeti faktörü %8,52'sini, bakım/onarım memnuniyeti faktörü %4,80'ini açıklamaktadır.

Harcama öz-kontrolü ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunun orijinal ölçek ile paralellik gösterdiği görülmektedir. İfadelerin faktör yükleri 0,70 ile 0,79 arasında yer almaktadır. Ayrıca KMO değerinin 0,94 ve

Barlett's testinin anlamlı çıkması, boyut için toplanan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu açıkça göstermektedir. Araştırma modelinde yer alan tüketici harcama öz-kontrolü ölçeğinin tek faktörü toplam varyansın %55,8'ini açıklamaktadır.

Yaşam doyumu ölçeğine yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunun orijinal ölçek ile paralellik gösterdiği görülmektedir. İfadelerin faktör yükleri 0,77 ile 0,86 arasında yer almaktadır. Ayrıca KMO değerinin 0,87 ve Barlett's testinin anlamlı çıkması, boyut için toplanan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu açıkça göstermektedir. Araştırma modelinde yer alan yaşam doyumu ölçeğinin tek faktörü toplam varyansın %67,2'sini açıklamaktadır.

Çalışmada açıklayıcı faktör analizi yapıldıktan sonra doğrulayıcı faktör analizi yapılarak ölçeklerden toplanan verilerin geçerliliği test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinde modelin veriye uygunluğunu test etmek için Chi-Square/df, Comparative Fit Index (CFI), Tucker Lewis Index (TLI), Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA), ve Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) değerleri kullanılmıştır. Modelin veriye uygun olduğunu söyleyebilmek için bu değerlerin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olması gerekmektedir. Yapılan simülasyon çalışmaları doğrultusunda CFI değerinin 0,90'dan büyük (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008), TLI değerinin 0,90'dan büyük, RMSEA değerinin 0,10'dan küçük (MacCallum, Browne ve Sugawara, 1996) ve SRMR değerinin 0,08'den küçük (Hu ve Bentler, 1999) olması modelin veriye uygun olduğunun bir göstergesidir. Verilerin güvenilirlik çalışması için Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Sınır değeri 0,70 olarak belirlenmiş olup, 0,70'in üzerinde değere sahip olan faktörler güvenilir olarak kabul edilmiştir.

Tüketici iyi oluşu, tüketici harcama öz-kontrolü ve yaşam doyumu ölçeklerinin örneğe uygunluğunu test etmek amacıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçeklerdeki değişkenlerin $X^2/sd < 5$ ve diğer uyum indeksleri kabul edilebilir düzeyde bulunmuş, yüksek hata varyansının olmadığı görüldüğünden modifikasyona gerek duyulmamıştır. Model uyum değerleri Çizelge 2.'de gösterilmiştir.

Çizelge 2. Araştırmada kullanılan ölçeklerin model uyum değerleri

Table 2. Model fit values of the scales used in study

Model Uyum İndeksleri	CWB Model Uyum Değerleri	CSSC Model Uyum Değerleri	LS Model Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Model Uyum Değerleri
Ki-Kare (X^2)	3415,343	140,920	22,422	
Serbestlik Derecesi (sd)	1754	35	5	
X^2/sd	1,9	4,02	4,5	$0 < X^2/sd < 5$
RMSEA	0,04	0,07	0,07	$0,00 \leq RMSEA \leq 0,08$
SRMR	0,03	0,03	0,02	$0,00 \leq SRMR \leq 0,10$
CFI	0,93	0,98	0,99	$0,90 \leq CFI \leq 1,0$
TLI	0,93	0,98	0,99	$0,90 \leq TLI \leq 1,0$

CWB: Consumer Well-Being, CSSC: Consumer Spending Self-Control, LS: Life Satisfaction

Tüketici iyi oluşu ölçeği alt boyutlarının Cronbach's Alpha katsayısı ve madde toplam korelasyonları belirlenmiştir. "Sahip olma memnuniyeti" alt boyutu Cronbach's Alpha katsayısı 0,88 olup, madde toplam korelasyonları 0,49-0,65 ve ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,56 ile 0,75 arasındadır. "Hazırlık/montaj memnuniyeti" alt boyutu Cronbach's Alpha katsayısı 0,77 olup madde toplam korelasyonları 0,43-0,62 ve ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,62-0,79 arasındadır. "Tüketim (kullanım) memnuniyeti tüketim malları" alt boyutu Cronbach's Alpha katsayısı 0,80 olup madde toplam korelasyonları 0,47-0,63 ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,45-0,72 arasındadır. "Tüketim (kullanım) memnuniyeti tüketim hizmetleri" alt boyutu Cronbach's Alpha katsayısı 0,93 olup ve madde toplam korelasyonları 0,46-0,72 arasında bulunmuştur. Ölçek maddelerinin faktör yükleri ise 0,52-0,77 arasındadır. "Sahiplik (mülkiyet) memnuniyeti" alt boyutu Cronbach's Alpha katsayısı 0,91 ve madde toplam korelasyonları 0,62-0,76 arasında bulunmuştur. Ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,67 ile 0,82 arasındadır. "Bakım (onarım) memnuniyeti" alt boyutu Cronbach's Alpha katsayısı 0,79 olup madde toplam korelasyonları 0,51-0,58 arasında bulunmuştur. Ölçek maddelerinin faktör yükleri ise 0,57 ile 0,72 arasındadır.

Yaşam doyumu ölçeği tek boyutlu olup Cronbach's Alpha katsayısı 0,88 ve madde toplam korelasyonları 0,65 ile 0,75 arasında bulunmuştur. Ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,73 ile 0,86 arasındadır. Tek boyutlu olan tüketici harcama öz-kontrolü ölçeğine ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,91 ve madde toplam korelasyonları 0,63 ile 0,72 arasında bulunmuştur. Ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,69-0,81 arasındadır. Tüm ölçek maddelerine ait t değerlerinin anlamlı olduğu ($p < 0,01$) ve sorunlu madde bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre ölçeklerden toplanan verilerin güvenilir ve geçerli olduğu tespit edilmiştir.

Ölçeklerden elde edilen verilerin geçerlilik ve güvenilirlikleri sağlandıktan sonra, araştırma modelinde gösterilen ilişkilerin test edilmesi için regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon analizlerinde modeli test etmek için

F testi ile modelin anlamlı olup olmadığı incelenmiştir. Bağımlı değişkende açıklanan varyanslar düzeltilmiş R^2 değerleri ile verilmiş olup, hangi değişkenlerin modelde istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını anlamak için ise t-testi yapılmıştır. Bağımsız değişkenler arasında eşdoğrusallık (collinearity) problemi olup olmadığını anlamak için ise Variance Inflation Factor (VIF) rapor edilmiştir. VIF değerleri 10'un altında olduğunda regresyon modelinde eşdoğrusallık probleminin olmadığı varsayılabilir. Otokorelasyon olup olmadığı ise Durbin Watson testi ile tespit edilmiştir. Durbin Watson test sonucu 1,5-2,5 arasında hesaplandığında, otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Field (2009) bu değerlerin 1'den küçük veya 3'ten büyük olduğunda endişe yaratacağını ifade etmektedir.

"Tüketici iyi oluşunun yaşam doyumu üzerinde etkisi vardır" şeklinde düzenlenen H_1 hipotezini test etmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Tüketici iyi oluşunun yaşam doyumu üzerindeki etkisinin incelendiği hipotezlere ait regresyon analizi sonuçları Çizelge 3'te gösterilmiştir.

Çizelge 3'te yer alan verilerden ANOVA test sonucu incelendiğinde; F değerinin 17,597 ve F anlamlılık değerinin ise 0,000 ($p < 0,05$) olması dolayısıyla, regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına işaret eden t istatistikleri hazırlık (montaj) memnuniyeti ($t = -0,651$; $p = 0,515$), tüketim malı kullanım memnuniyeti ($t = -0,055$; $p = 0,956$), sahiplik (mülkiyet) memnuniyeti ($t = -1,537$; $p = 0,125$), bakım/onarım memnuniyeti ($t = -0,987$; $p = 0,324$) boyutları için anlamsızdır. Dolayısıyla elde edilen bu sonuçlara göre; H_{1b} , H_{1c} , H_{1e} , H_{1f} hipotezlerinin desteklenmediği söylenebilir. Sahip olma (alışveriş) memnuniyeti ($t = -2,305$; $p = 0,022$) ve tüketim hizmetleri kullanım memnuniyetinin ($t = -3,272$; $p = 0,001$) yaşam doyumu üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Ancak sahip olma ve tüketim hizmetleri kullanım memnuniyeti boyutlarının yaşam döngüsü üzerinde negatif etkisi vardır. Yani bu sonuç H_{1a} , H_{1d} hipotezlerinin desteklendiğini göstermektedir.

Çizelge 3. Tüketici iyi oluşu alt boyutlarının yaşam doyumu üzerindeki etkisinin test edilmesine yönelik regresyon analizi

Table 3. Regression analysis to test the effect of consumer well-being sub-dimensions on life satisfaction

Bağımsız Değişken(ler)	Standardize Edilmemiş		Standardize Edilmiş		t İstatistiği	p Değeri	VIF
	β	Std. Hata	β				
Sabit	4,795	0,225	---		21,336	0,000	
Sahip Olma (Alışveriş) Mem	-0,110	0,048	-0,130		-2,305	0,022*	1,94
Hazırlık (Montaj) Mem.	-0,033	0,051	-0,039		-0,651	0,515	2,15
Tük. Mal. Kullanım Mem.	-0,003	0,055	-0,003		-0,055	0,956	2,22
Tük. Hiz. Kullanım Mem	-0,167	0,051	-0,206		-3,272	0,001*	2,43
Sahiplik(Mülkiyet) Mem.	-0,050	0,033	-0,079		-1,537	0,125	1,59
Bakım/Onarım Mem.	-0,042	0,043	-0,051		-0,987	0,324	1,65
Bağımlı değişken: Yaşam Doyumu							
R^2	R^2 (Düzeltilmiş)		F		F Anlamlılık		Durbin Watson
0,173	0,163		17,597		0,000		1,98

Yaşam Doyumu = 4,795 – 0,110 * Sahip olma (alışveriş) memnuniyeti – 0,167 * Tüketim hizmeti kullanım memnuniyeti

Çizelge 4. Tüketici harcama öz-kontrolünün yaşam doyumunu üzerindeki etkisinin test edilmesine yönelik regresyon analizi
Table 4. Regression analysis to test the effect of consumer spending self-control on life satisfaction

Bağımsız Değişken(ler)	Standardize Edilmemiş		Standardize Edilmiş	t İstatistiği	p Değeri	VIF
	β	Std. Hata	B			
Sabit	2,076	0,124	---	16,679	0,000	
Harcama Kontrolü	0,331	0,052	0,252	6,372	0,000*	1,00
Bağımlı değişken: Yaşam Doyumu						
R²	R² (Düzeltilmiş)		F	F Anlamlılık		Durbin Watson
0,064	0,062		40,601	0,000		1,82

Yaşam Doyumu = 2,076 + 0,331 * Harcama Öz-Kontrolü

Çizelge 3'deki veriler incelenmeye devam edildiğinde; düzeltilmiş R² değerinin 0,163 olduğu, yaşam doyumundaki değişimin %16,3'ünün tüketici iyi oluşu alt boyutlarından, sahip olma (alışveriş) memnuniyeti ve tüketim hizmeti kullanım memnuniyeti tarafından açıklandığı şeklinde yorum yapılabilir. H1a ve H1d hipotezlerine ait regresyon modeli Çizelge 3 altında gösterilmiştir.

"Tüketici harcama öz-kontrolünün yaşam doyumunu üzerinde etkisi vardır" şeklinde düzenlenen H₂ hipotezini test etmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Tüketici harcama öz-kontrolünün yaşam doyumunu üzerindeki etkisinin incelendiği hipotezlere ait regresyon analizi sonuçları Çizelge 4'te gösterilmiştir.

Çizelge 4'te yer alan verilerden ANOVA test sonucu incelendiğinde; F değerinin 40,601 ve F anlamlılık değerinin ise 0,000 (p<0,05) olması dolayısıyla, regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına işaret eden t istatistiğine bakıldığında, yaşam doyumunu ile harcama kontrolü arasındaki ilişkinin (t=6,372; p=0,000) anlamlı olduğu söylenebilir. Elde edilen bu sonuç, H₂ hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Çizelge 4'teki veriler incelenmeye devam edildiğinde; düzeltilmiş R² değerinin 0,062 olduğu, yani yaşam doyumundaki değişimin %6,2'sinin harcama kontrolü tarafından açıklandığı şeklinde yorum yapılabilir. Bu sonuca göre harcama kontrolündeki 1 birimlik artış, yaşam doyumunu 0,331 birim artırmaktadır. H2 hipotezine ait regresyon modeli Çizelge 4 altında gösterilmiştir.

Sonuç

Çalışmada bireylerin hanehalkı tüketim harcamalarında tüketici yaşam alanındaki memnuniyetin ve sahip oldukları harcama öz-kontrollerinin yaşam doyumunu üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma İstanbul ilinde ikamet eden hanehalklarına uygulanmış ve 600 anket değerlendirmeye alınmıştır. Ankete katılan cevaplayıcıların yarısı kadın bireylerden oluşmakta; çoğunluğu 18-28 ve 29-39 yaş aralığında bulunmaktadır. Katılımcıların yaklaşık yarısı evli, çoğunluğu üniversite ve lise mezunudur. Katılımcıların yaklaşık yarısı 3-4 kişiden oluşan haneye sahiptir ve büyük bir kısmı 20 yıldan fazla İstanbul'da yaşamaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçekleri oluşturan ifadelerin güvenilirliklerini test etmek için Cronbach's Alpha ve madde toplam korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Verilerin açıklayıcı faktör analizi için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Sphericity testi ile incelenmiştir.

Faktör sayısına paralel analiz (Horn, 1965) yöntemi kullanılarak karar verilmiştir. Ayrıca verilerin modele uygunluğunu tespit etmek amacıyla her bir ölçüğe doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, model uyum indeksleri kabul edilebilir düzeyde bulunmuş, yüksek hata varyansının olmadığı tespit edildiğinden modifikasyona gerek duyulmamıştır.

Tüketici iyi oluşu alt boyutlarından yerel mağazaların ürün kalitesi, istenilen ürünlerin bulunması, fiyatları, mağaza ambiyansı, personel nezaketi, iade ve değişim politikaları, çalışma saatlerini ifade eden "sahip olma memnuniyetinin" yaşam doyumunu üzerinde negatif etkisi olduğu; tüketicilerin yerel alanda satın aldıkları hizmetlerin kalitesi ve performansından duydukları memnuniyeti ifade eden "tüketim hizmetleri kullanım memnuniyetinin" yaşam doyumunu üzerinde negatif etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ancak hazırlık, tüketim mali kullanım, sahiplik ve bakım-onarım memnuniyetlerinin yaşam doyumunu üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilememiştir. Bunun yanı sıra, tüketici harcama öz-kontrolünün yaşam doyumunu üzerinde pozitif etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Tüketici iyi oluşu, bireylerde duygusal ve bilişsel bir tepkiye işaret etmektedir. Tüketicilerin tüketim deneyimlerinden elde ettikleri memnuniyet, olumlu/olumsuz duygu ve algılanan yaşam doyumunu bireylerdeki duygusal ve bilişsel tepkileri ifade etmektedir. Lee ve diğerleri (2002) yaptıkları çalışmada tüketici iyi oluşunun yaşam doyumunu öngöreceğini varsaymışlar ve sahip olma, mülkiyet ve tüketim boyutlarının yaşam doyumunu üzerinde pozitif etkisinin olduğu sonucuna varmışlardır. Farklı çalışmalarda ise, yüksek tüketici iyi oluşu düzeyinin genel yaşam doyumuna katkısı olduğu ifade edilerek, bir malın genel yaşam kalitesine katkısının anlaşılmasının o ürünün sağladığı tüketici iyi oluşunu belirlediği vurgulanmıştır (Sirgy, Grzeskowiak ve Rahtz, 2007b; Sirgy ve diğ., 2008). Sirgy ve diğerleri (1991), tüketicilerin sağlık hizmetlerinden duydukları memnuniyetin yaşam doyumları üzerindeki etkisine yönelik araştırmalarında, sağlık hizmetlerinden duyulan memnuniyetin genel yaşam doyumunu üzerinde önemli etkisi olduğu sonucuna varmışlardır. Yapılan çalışmalar öz-kontrolün yaşam doyumunu ile pozitif ilişkisi olduğunu göstermiştir. Örneğin Hofmann, Luhmann, Fisher, Vohs ve Baumeister (2013) tarafından yapılan çalışmada, öz-kontrol ve yaşam doyumunu arasında üç olası ilişki bulunduğu ifade edilmiştir. Çalışmada, yüksek öz-kontrole sahip bireylerin olumsuz duyguları düzenlemede, çatışmaları yönetmede ve günlük performanslarını denetlemede daha başarılı oldukları tespit edilmiştir.

Tüketicilerin algıladıkları genel yaşam doyumu üzerinde tüketim harcamalarından elde ettikleri deneyimlerinin ve tüketici harcama öz kontrolünün etkisini belirlemeye çalıştığımız bu çalışmada; tüketicilerin tüketim harcamalarında yerel alandaki mağaza/perakendecilerin yeterliliği/kalitesine yönelik ve tüketim hizmetlerinin kalite/performansına ilişkin deneyimlerinin algıladıkları yaşam doyumu üzerinde negatif etki gösterdiği belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, bireyin harcamalar ile ilgili düşüncelerini ve kararlarını kendi belirlediği standartlara uygun şekilde izleme ve düzenleme yeteneği olan tüketici harcama öz-kontrolünün yaşam doyumu üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Tüketici harcama öz-kontrolünün yaşam doyumu üzerindeki pozitif etki, tüketicilerin harcamalarını kendi belirledikleri standartlarda yapabilme imkânına sahip olmalarının, yaşam doyumlarını olumlu etkilediğinin bir göstergesidir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda aşağıda yer alan öneriler geliştirilmiştir.

Küresel rekabetin gün geçtikçe arttığı günümüzde mağaza ve perakende satış noktaları mevcut yeterliliklerini, kalite ve performanslarını geliştirerek tüketicilerin yaşam doyumu üzerinde olumlu etki yaratacak sürdürülebilir rekabet avantajları sağlayabilirler.

Tüketici iyi oluşunu artıracak pazarlama politikaları aracılığıyla, toplumun değerlerini yansıtan, bu nedenle toplumsal yararı gözetilen ve dolayısıyla memnuniyeti sağlayan mal ve hizmetlerin pazarlanmasına yönelik faaliyetler kamu otoritesi ve sivil toplum kuruluşları tarafından desteklenebilir. Bu politikalar mevcut pazarlama uygulamalarının tüketici iyi oluşu üzerindeki toplumsal etkilerini gözlemlemek için pazarlamacılar tarafından kullanılabilir. Toplumun yaşam kalitesini ölçen ekonomik, sosyal, sağlık ve çevresel göstergeler dışında, tüketici iyi oluşu hakkında da yaşam kalitesi araştırmaları yapılması, toplumsal refah anlamında kamu politikası yetkililerine pazarın güçlü ve zayıf yönleri hakkında bilgi verecektir. Tüketici iyi oluşu göstergeleri, tüketicilerin yerel alanda mağaza ve perakende satış noktalarının yeterliliğinden, hazırlık hizmetlerinden, ürünlerinin kalitesi ve satış sonrası hizmetlerinden memnun olmadıklarını gösteriyor ise, yöneticiler tarafından daha yeterli alışveriş tesislerinin bölgeye gelebilmesi için çaba gösterilebilir. Yerel mağaza veya perakendeciler hazırlık ya da montaj hizmeti vermeye teşvik edilebilir ve satış sonrası hizmetlerinin kalitesini artırmak için zorunluluklar getirilebilir. Bu düzenlemeler yerel alanda mağaza ve perakende satış noktalarının bir taraftan rekabetle beraber kalitelerini artıracak diğer taraftan bireysel memnuniyetle birlikte toplumsal memnuniyeti sağlayacaktır.

Tüketici iyi oluşuna önemli ölçüde katkıda bulunan yaşam kalitesi pazarlama uygulamaları ile ekonomik malların satın alım ve tüketim memnuniyetini en üst düzeye çıkaracak şekilde planlama, fiyatlandırma, tutundurma ve dağıtım politikaları geliştirilebilir. Bu bağlamda işletmeler, tüketicilerin ve toplumun sağlık ve güvenliklerini riske atmayan uygun fiyatlı ancak haksız rekabete sebep olmayacak ürünler geliştirebilirler. Ayrıca firmalar, tüketicilerin ürünlere erişilebilirliğini kolaylaştıracak olan

dağıtım kanallarını çeşitlendirebilirler. Bunun yanı sıra, reklam ve tanıtım faaliyetlerinde ürünün içeriği, miktarı, kalitesi ve fiyatı konusunda doğru ve açıklayıcı bilgileri paylaşarak tüketicilerin yüksek fayda elde etmeleri sağlanabilir.

Çalışma İstanbul ilinde ikamet eden hanehalkları ile sınırlıdır. Bu durum çalışmanın önemli kısıtını oluşturmaktadır.

Gelecekte belirli mal ve hizmetlere yönelik tüketici iyi oluşu araştırmaları yapılarak yaşam doyumu üzerindeki etkisi araştırılabilir.

Extended Summary

The impact of marketing activities on consumers' life satisfaction has been found worthy of research by most academics. Marketing practices significantly affect the quality of life of consumers as they affect satisfaction in the consumer living space (Lee et al., 2002: 158). While there is ample evidence of a relationship between income, happiness, and subjective well-being (Diener, Sandvik, Seidlitz, and Diener, 1993; Diener, Tay and Oishi, 2013; Stevenson and Wolfers, 2013); there are relatively few studies on the effects of consumption level, consumption composition, and consumption expenditure on happiness or subjective well-being (Noll and Weick, 2015; Stanca and Veenhoven, 2015).

Consumers' satisfaction with their purchases of goods and services to meet their demands and needs, undoubtedly has an impact on their life satisfaction. In today's customer-oriented market, reaching consumer satisfaction and consumer happiness are seen as the most important goal. Consumer well-being is defined as satisfaction with various subfields of consumer life (Lee et al. 2002:58). Sirgy and Lee (2006: 43) stated that consumer well-being is "in the interest of both consumers and the general public that consumers' experience with goods and services (their experience acquiring, preparing, consuming, owning, caring for, and disposing of certain categories of goods and services in the context of the local environment)." Consumer spending self-control has been defined as a struggle between will and desire arising from the non-temporal choices of the individual consumption within the framework of his effort to control himself (Baumeister, 2002; Wertenbroch, 1998; Hoch ve Loewenstein, 1991). Haws, Bearden, and Nenkov (2012: 697) define consumer spending self-control as "the ability of the individual to monitor and regulate his or her spending thoughts and decisions following his or her standards." The concept of life satisfaction, on the other hand, expresses how the individual evaluates his life when he considers it as a whole and represents a broad reflective evaluation of the life of the individual (Diener, 2006: 399).

Changing living conditions also create differences in the wants and needs of consumers and change their satisfaction or dissatisfaction in the process of purchasing goods and services to disposal. Today, a lot of research in the field of consumer behavior offers a broader scope of experience related to consumption, from the purchase of

goods and services to their consumption and disposal. The effect of marketing on consumers' life satisfaction has been found worthy of investigation by academics (Leelanuithan et al., 1991; Peterson and Ekici, 2007; Sirgy and Lee, 2006). Consumers' satisfaction in the process from their purchase to disposal of goods and services to meet household needs undoubtedly influences their overall judgment about their lives. The experiences obtained as a result of all consumption expenditures show that at the micro level, the individual has a high life satisfaction; at the macro level, it is accepted as an indicator of the happiness and quality of life of the society. The aim of this study is to investigate the effect of consumers who purchase and use goods and services to meet household needs, their satisfaction throughout their consumption processes, and the effect of their spending self-control on life satisfaction.

The research was applied to households residing in Istanbul and 600 questionnaires were evaluated. Half of the respondents are women; the majority are in the 18-28 and 29-39 age ranges. About half of the participants are married, and the majority are college and high school graduates. About half of the participants have a household of 3-4 people and a large part of them have been living in Istanbul for more than 20 years.

Cronbach's Alpha and item total correlation coefficients were calculated to test the reliability of the expressions constituting the scales used in the study. The suitability of the data for explanatory factor analysis was examined by Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) coefficient and Bartlett Sphericity test. The number of factors was decided using the Horn parallel analysis (1965) method. In addition, to determine the suitability of the data to the model, confirmatory factor analysis was performed on each scale, the model fit indices were found to be acceptable, and no modification was required since it was determined that there was no high error variance. SPSS 22.0 and M-PLUS 8.2 package statistical programs were used in the analysis of the data.

After the validity and reliability of the data obtained from the scales were ensured, regression analyzes were performed to test the relationships shown in the research model. As a result of the regression analysis in which the effect of consumer well-being on life satisfaction was examined, it was seen that the regression model was statistically significant since the F value was 17,597 and the F significance value was 0,000 ($p < 0,05$). Statistics t, which indicate the significance of regression coefficients, are meaningless for preparation (assembly) satisfaction ($t = -0,651$; $p = 0,515$), consumption goods use satisfaction ($t = -0,055$; $p = 0,956$), ownership satisfaction ($t = -1,537$; $p = 0,125$), maintenance/repair satisfaction ($t = -0,987$; $p = 0,324$). Therefore, according to these results; it can be said that the hypotheses H_{1b} , H_{1c} , H_{1e} , and H_{1f} are not supported. It can be said that the effect of ownership (shopping) satisfaction ($t = -2,305$; $p = 0,022$) and consumption services usage satisfaction ($t = -3,272$; $p = 0,001$) on life satisfaction was statistically significant. In addition, it can be interpreted that the adjusted R^2 value

is 0,163 and that 16,3% of the change in life satisfaction is explained by the sub-dimensions of consumer well-being, ownership (shopping) satisfaction, and consumption service utilization satisfaction.

As a result of the regression analysis in which the effect of consumer spending self-control on life satisfaction was examined, it was seen that the regression model was statistically significant since the F value was 40,601 and the F significance value was 0,000 ($p < 0,05$). When the t statistic, which indicates the significance of regression coefficients, is examined, it can be said that the relationship between life satisfaction and expenditure control ($t = 6,372$; $p = 0,000$) is significant. This result shows that the H_2 hypothesis is supported. In addition, the adjusted R^2 value can be interpreted as 0,062 i.e. 6,2% of the change in life satisfaction is explained by spending control.

As a result of the regression analyzes, it was determined that consumers' experiences on the adequacy / quality of the stores / retailers in the local area and the quality / performance of the consumption services had a negative effect on perceived life satisfaction. In addition, consumer spending self-control, which is the ability of the individual to monitor and regulate his thoughts and decisions about expenditures in accordance with the standards he / she sets, has been found to have a positive effect on life satisfaction.

In line with the results obtained, the following recommendations have been developed.

In today's world where global competition is increasing day by day, stores and retail outlets can improve their existing competencies, quality, and performance and provide sustainable competitive advantages that will have a positive impact on consumers' life satisfaction.

Through marketing policies that will increase consumer well-being, activities aimed at marketing goods and services that reflect the values of the society, therefore taking into account the social benefit and providing satisfaction can be supported by the public authority and non-governmental organizations. These policies can be used by marketers to monitor the societal impact of current marketing practices on consumer well-being. In addition to economic, social, health, and environmental indicators that measure the quality of life of the society, quality of life surveys on consumer well-being will inform public policy officials about the strengths and weaknesses of the market in terms of social welfare. If consumer well-being indicators indicate that consumers are dissatisfied with the adequacy of stores and retail outlets in the local area, preparatory services, quality of their products, and after-sales services managers can make efforts to ensure that more adequate shopping facilities can come to the region. Local stores or retailers may be encouraged to provide preparation or assembly services, and requirements may be imposed to improve the quality of their after-sales services. These regulations will increase the quality of stores and retail outlets in the local area with competition on the one hand and social satisfaction on the other hand.

Kaynaklar

1. Andrews, F. ve Withey, S. (1976). *Social Indicators of Well-Being: Americans' Perceptions of*
2. Bastos, W. ve Brucks, M. (2017). How and Why Conversational Value Leads to Happiness for Experiential and Material Purchases . *Journal of Consumer Research*, 44(3), 598-612.
3. Baumeister, R. (2002). Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670-676.
4. Baybars, M. ve Özhan-Dedeoğlu, A. (2020). Analysis of Mothers' Self-Control of Spending for Their Own and Their Kids. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 27, 123-140.
5. Belk, R. (1984). Three Scales to Measure Constructs Related to Materialism: Reliability, Validity, and Relationships to Measures of Happiness. *Advances in Consumer Research*, 11, 291-297.
6. Belk, R. (1985). Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research*, 12, 265-280.
7. Bradburn, N. (1969). *The Structure of Psychological Well-Being*. Chicago: Aldine Publishing Company.
8. Bradburn, N. ve Caplovitz, D. (1965). *Reports on Happiness*. Philadelphia: Aldine Publishing Company.
9. Burroughs, J. ve Rindfleisch, A. (2002). Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348-370.
10. Daskalopoulou, I. (2014). Consumer Well-Being . A. C. Michalos içinde, *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (s. 1221-1223). Springer Netherlands.
11. Demir Kangal, A. (2013). Mutluluk Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme ve Türk Hanehalkı İçin BAzi Sonuçlar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(44), 214-233.
12. Dholakia, U., Gopinath, M., Bagozzi, R. ve Natarajan, R. (2006). The Role of Regulatory Focus in the Experience and Self-Control of Desire for Temptations. *Journal of Consumer Psychology*, 16(2), 163-175.
13. Diener, E. (1984). Subjective Well-Being . *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
14. Diener, E. (1994). Assessing Subjective Well-Being: Progress and Opportunities. *Social Indicators Research*, 31(2), 103-157.
15. Diener, E. (2006). Guidelines for National Indicators of Subjective Well-Being and Ill-Being. *Journal of Happiness Studies*, 7(4), 397-404.
16. Diener, E. (2009). Introduction—The Science of Well-Being: Reviews and Theoretical Articles by Ed Diener. E. Diener ve E. Diener (Dü.) içinde, *The Science of Well-Being: The Collected Works of Ed Diener* (1. baskı, Cilt 37). Springer Netherlands.
17. Diener, E. ve Biswas-Diener, R. (2008). *Happiness: Unlocking the Mysteries of Psychological Wealth*. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishing .
18. Diener, E. ve Ryan, K. (2009). Subjective Well-Being: A General Overview. *South African Journal of Psychology*, 39(4), 391-406.
19. Diener, E., Lucas, R. ve Oishi, S. (2002a). Subjective Well-Being. C. R. Snyder, ve S. J. Lopez (Ed.) içinde, *Handbook of Positive Psychology* (s. 63-73). New York: Oxford University Press.
20. Diener, E., Nickerson, C., Lucas, R. ve Sandvik, E. (2002b). Dispositional Affect and Job Outcomes. *Social Indicators Research*, 59(3), 229-259.
21. Diener, E., Sandvik, E., Seidlitz, L. ve Diener, M. (1993). The Relationship between Income and Subjective Well-Being: Relative or Absolute? *Social Indicators Research*, 28(3), 195-223.
22. Diener, E., Tay, L. ve Oishi, S. (2013). Rising Income and the Subjective Well-Being of Nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(2), 267-276.
23. Field, E. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*, London: Sage.
24. Grzeskowiak, S. ve Sirgy, J. (2007). Consumer Well-Being (CWB): The Effects of Self-Image Congruence, Brand-Community Belongingness, Brand Loyalty, and Consumption Recency. *Applied Research In Quality of Life*, 2(4), 289-304.
25. Haws, K. (2017). Self-Control in Consumer Spending Decisions. D. de Ridder, M. Adriaanse ve K. Fujita içinde, *Routledge International Handbook of Self-Control in Health and Well-Being* (s. 377-389). New York : Routledge.
26. Haws, K., Bearden, W. ve Nenkov, G. (2012). Consumer Spending Self-Control Effectiveness and Outcome Elaboration Prompts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(5), 695-710.
27. Hoch, S. ve Loewenstein, G. F. (1991). Time-Inconsistent Preferences and Consumer Self-Control. *Journal of Consumer Research*, 17, 492-507.
28. Hofmann, W., Luhmann, M., Fisher, R., Vohs, K. ve Baumeister, R. (2013). Yes, But Are They Happy? Effects of Trait Self-Control on Affective Well-Being and Life Satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(4), 265-277.
29. Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit . *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
30. Horn, J. (1965). A Rationale and Test for The Number of Factors in Factor Analysis. *Psychometrika*, 30(2), 179-185.
31. Hu, L. ve Bentler, P. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
32. Kahneman, D., Diener, E. ve Schwartz, N. (1999). *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology* . New York: New York: Russell Sage Foundation .
33. Kasser, T. ve Ahuvia, A. (2002). Materialistic Values and Well-Being in Business Students. *European Journal of Social Psychology*, 31(1), 137-146.
34. Lee, D. ve Yu, G. (2014). Consumer Well-Being, Consumption Life Cycle. A. C. Michalos içinde, *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (s. 1230-1232). Springer Netherlands.
35. Lee, D., Sirgy, J., Larsen, V. ve Wright, N. D. (2002). Developing a Subjective Measure of Consumer Well-Being . *Journal of Macromarketing*, 22(2), 158-169.
36. Lee, D., Sirgy, J., Yu, G. ve Chalamon, I. (2014). The Well-Being Effects of Self-Expression and Hedonic Enjoyment Associated with Physical Exercise. *Applied Research in Quality of Life*, 10(1), 141-159.
37. Lee, M. ve Ahn, C. (2016). Anti-consumption, Materialism, and Consumer Well-being. *Journal of Consumer Affairs*, 50(1), 18-47.
38. Leong, S., Ang, S., Cote, J., Lee, Y. ve Houston, M. (2016). What is Consumer Well-Being to Asians? *Social Indicators Research*, 126(2), 777-793.
39. MacCallum, R., Browne, M. ve Sugawara, H. M. (1996). Power Analysis and Determination of Sample Size for Covariance Structure Modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149.
40. Malhotra, N. (2006). Consumer Well-Being and Quality of Life: An Assessment and Directions for Future Research . *Journal of Macromarketing*, 26(1), 77-80.

41. Markus, H. ve Schwartz, B. (2010). Does Choice Mean Freedom and Well-Being? *Journal of Consumer Research* , 37(2), 344-355.
42. Meadow, H. (1983). The Relationship Between Consumer Satisfaction and Life Satisfaction for the Elderly.
43. Mick, D. (2008). Introduction: The Moment and Place for a Special Issue. *Journal of Consumer Research*, 35(3), 377-379.
44. Myers, D. ve Diener, E. (1995). Who is Happy? *American Psychological Society*, 6(1), 10-19.
45. Noll, H.-H. ve Weick, S. (2015). Consumption Expenditures and Subjective Well-being—Empirical Evidence from Germany. *International Review of Economics* , 62(2), 101-119.
46. Oktik, N. (2004). *Huzurevinde Yaşam ve Yaşam Kalitesi (Muğla Örneği)* (Cilt 52). Muğla .
47. Peterson, C., Park, N. ve Seligman, M. E. (2005). Orientations to Happiness and Life Satisfaction: The Full Life Versus the Empty Life. *Journal of Happiness Studies*, 6(1), 25-41.
48. Peterson, M. ve Ekici, A. (2007). Consumer Attitude toward Marketing and Subjective Quality of Life in the Context of a Developing Country . *Journal of Macromarketing*, 27(4), 350-359.
49. Richins, M. ve Dawson, S. (1992). Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19, 303-316.
50. Ridgway, N., Kukar-Kinney, M. ve Monroe, K. (2008). An Expanded Conceptualization and a New Measure of Compulsive Buying. *Journal of Consumer Research*, 35, 622-639.
51. Røysamb, E., Tambs, K., Neale, M. ve Harris, J. R. (2003). Happiness and Health: Environmental and Genetic Contributions to the Relationship Between Subjective Well-Being, Perceived Health, and Somatic Illness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1136-1146.
52. Ryff, C. (1989). Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being. *Journal of Personality and Social Psychology* , 57(6), 1069-1081.
53. Sawatzky, R., Ratner, P. A. ve Chiu, L. (2005). A Meta-Analysis of the Relationship Between Spirituality and Quality of Life. *Social indicators research*, 72, 153-188.
54. Scott, K., Martin, D. ve Schouten, J. W. (2014). Marketing and the New Materialism . *Journal of Macromarketing* , 34(3), 282-290.
55. Sirgy, J., Lee, D. ve Kressmann, F. (2006). A Need-Based Measure of Consumer Well Being (CWB) in Relation to Personal Transportation: Nomological Validation. *Social Indicators Research* , 79(2), 337-367.
56. Sirgy, J., Lee, D., Grzeskowiak, S., Chebat, J., Johar, S., Hermann, A. ve diğ. (2008). An Extension and Further Validation of a Community-Based Consumer Well-Being Measure. *Journal of Macromarketing*, 28(3), 243-257.
57. Sirgy, J. ve Cornwell, T. (2001). Further Validation of the Sirgy et al.'s Measure of Community Quality of Life . *Social Indicators Research* , 56, 125-143.
58. Sirgy, J. ve Lee, D. (2006). Macro Measures of Consumer Well-Being (CWB): A Critical Analysis and a Research Agenda . *Journal of Macromarketing* , 26(1), 27-44.
59. Sirgy, J., Grzeskowiak, S. ve Rahtz, D. (2007b). Quality of College Life (QCL) of Students: Developing and Validating a Measure of Well-Being. *Social Indicators Research*, 80(2), 343-360.
60. Sirgy, J., Lee, D. ve Rahtz, D. (2007a). Research on Consumer Well-Being (CWB): Overview of the Field and Introduction to the Special Issue. *Journal of Macromarketing* , 27(4), 341-349.
61. Sirgy, J. (2021). Macromarketing Metrics of Consumer Well-Being: An Update. *Journal of Macromarketing*, 41(1), 124-131.
62. Stanca, L. ve Veenhoven, R. (2015). Consumption and Happiness: An Introduction. *International Review of Economics*, 62(2), 91-99.
63. Stevenson, B. ve Wolfers, J. (2013). Subjective Well-Being and Income: Is There Any Evidence of Satiation? *American Economic Review*, 103(3), 598-604.
64. Su, L., Swanson, S. R. ve Chen, X. (2016). The Effects of Perceived Service Quality on Repurchase Intentions and Subjective Well-Being of Chinese Tourists: The Mediating Role of Relationship Quality. *Tourism management*, 52, 82-95.
65. Suranyi-Unger Jr, T. (1981). Consumer behavior and consumer well-being: An economist's digest. *Journal of Consumer research*, 8(2), 132-143.
66. Szymanski, D. M. ve Henard, D. H. (2001). Customer Satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence. *Journal of the academy of marketing science*, 29(1), 16-35.
67. Tangney, J., Baumeister, R. ve Boone, A. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 271-324.
68. Thoits, P. ve Hewitt, L. (2001). Volunteer Work and Well-Being. *Journal of Health and Social Behavior*, 42, 115-131.
69. Veenhoven, R. (2003). Hedonism and Happiness. *Journal of Happiness Studies*, 4, 437-457.
70. Vohs, K. ve Faber, R. (2007). Spent Resources: Self-Regulatory Resource Availability Affects Impulse Buying. *Journal of Consumer Research*, 33(4), 537-547.
71. Waterman, A. (1981). Individualism and Interdependence. *American Psychologist*, 36(7), 762-773.
72. Waterman, A., Schwartz, S. ve Conti, R. (2008). The Implications of Two Conceptions of Happiness (Hedonic Enjoyment and Eudaimonia) for the Understanding of Intrinsic Motivation. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 41-79.
73. Wertenbroch, K. (1998). Consumption Self-Control by Rationing Purchase Quantities of Virtue and Vice. *Marketing Science*, 17(4), 317-337.
74. Wilson, W. (1967). Correlates of Avowed Happiness. *Psychological Bulletin*, 67(4), 294-306.
75. Xiao, J. (2015). *Consumer Economic Wellbeing*. New York: Springer-Verlag.
76. Xiao, J., Sorhaindo, B. ve Garman, E. (2006). Financial behaviours of consumers in credit counselling . *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 108-121.
77. Yener, D. (2020). Tüketici Özgüveni ve Harcama Özdenetimi İlişkisinde Hiperopinin Rolü. *Business and Management Studies an International Journal*, 8(5), 3911-3935.
78. Zhao, C. ve Wei, H. (2019). The Highest Hierarchy of Consumption: A Literature Review of Consumer Well-Being. *Open Journal of Social Sciences*, 7(4), 135-149.



Armies of War Without Uniforms: Mercenaries and Private Military Companies in Russia's Interventions in Syria and Ukraine

Çağla Mavruk^{1-a}, Ali Gök^{2-b*}

¹Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Administration, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Nevşehir, Türkiye.

²İslahiye Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Administration, Gaziantep University, Gaziantep, Türkiye.

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 07.01.2023
Accepted: 30.03.2023

ABSTRACT

In the struggle for influence and power between states, states tend to use mercenaries and PMCs due to reasons such as the economic cost of the regular Armies, the negative reactions to be received from many actors in an official intervention in the target state, the sanctions of international law and the indignation caused by a possible loss of official soldiers, especially in the society. The history of mercenaries dates back to ancient times. However, they were used extensively in conflicts in many regions after the Cold War. The changing perception of security is the main reason for the resurgence of mercenary activities. Factors at the center of the changing perception of security are the end of the Cold War and the emergence of a privatized military industry. Considering the interventions where mercenaries were deployed, Russia's interventions in Ukraine in 2014 and then in 2022 and in Syria in 2015 come into prominence. The overarching purpose of this research is to explain how these actors affect the character of the war by explaining the reasons for their use, duties, and effects on the battlefield. The study concludes that Russia used mercenaries in Ukraine for secrecy and reasonable deniability and aimed to prevent the reaction of world public opinion. On the other hand, Russia used mercenaries in Syria to prevent the reaction of the Russian public by hiding casualties and reflecting the operation as a successful operation without any casualties.

Keywords: Mercenaries, Private Military Companies, Ukraine, Syria.

JEL Codes: F50, F51, F59

Savaşın Üniformasız Orduları: Rusya'nın Suriye ve Ukrayna Müdahalelerinde Paralı Askerler ve Özel Askeri Şirketler

Süreç

Geliş: 07.01.2023
Kabul: 30.03.2023

Öz

Devletlerarası etki ve güç mücadelesi meselesinde devletlerin paralı asker ve özel askeri şirketleri kullanma eğilimlerine etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler, düzenli ordunun ekonomik maliyeti, hedef devlete resmi bir müdahalede birçok aktörden alınacak olumsuz reaksiyonlar, uluslararası hukukun yaptırımları ve olası askeri zayıfların özellikle toplumda yarattığı infial şeklinde sıralanabilir. Paralı askerlerin tarihsel açıdan çok eski bir geçmişi bulunmasına karşın, Soğuk Savaş sonrası birçok bölgede yoğun bir şekilde aktif çatışmalarda kullanılmışlardır. Değişen güvenlik algısı, paralı askerlik faaliyetlerinin yeniden canlanmasının ana nedenidir. Değişen güvenlik algısının merkezindeki faktörler ise Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve özelleştirilmiş bir güvenlik sektörünün ortaya çıkması şeklinde ifade edilebilir. Söz konusu kullanım örnekleri değerlendirildiğinde Rusya'nın 2014 ve 2022 Ukrayna ve Arap Baharı süreci sonrası Suriye müdahaleleri ön plana çıkmaktadır. Çalışmanın temel amacı Rusya'nın Suriye ve Ukrayna müdahalelerinde paralı askerlerin kavramsal açıdan sınıflandırmasını yapabilmek ve bu aktörlerin muharebe sahasında neden kullanıldıklarını, görev ve etkilerini ifade ederek savaşın karakterine nasıl etki edebildiklerini ortaya koyabilmektir. Çalışma, Rusya'nın paralı askerleri Ukrayna'da gizlilik ve makul inkâr için kullandığı ve uluslararası kamuoyunun tepkisini önlemeyi amaçladığı sonucuna varmaktadır. Öte yandan çalışma Rusya'nın Suriye'de paralı askerleri, kayıpları gizleyerek Rus halkının tepkisini önlemek ve operasyonu herhangi bir zayıflık vermeden başarılı bir operasyon olarak yansıtmak için kullandığını iddia etmektedir.

License



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

Anahtar Kelimeler: Paralı Askerler, Özel Askeri Şirketler, Ukrayna, Suriye.

JEL Kodları: F50, F51, F59

caqlamavruk@nevsehir.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-1079-8442>

aliqok86@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0734-459X>

How to Cite: Mavruk Çağla, Gök Ali (2023) Armies of War Without Uniforms: Mercenaries and Private Military Companies in Russia's Interventions in Syria and Ukraine, Journal of Economics and Administrative Sciences, 24 (2): 292-301.

Introduction

The USSR, one of the two superpowers competing with each other in the bipolar international system that emerged after the Second World War, was a global superpower during the Cold War period. Following the disintegration of the USSR, especially in the first few years, Russia faced a deep economic crisis and political instability. In the changing international system order after the Cold War, Russia determined its goals in both foreign and domestic politics. The newly established Russia was dealing with economic difficulties and major problems including ethnic-demographic problems, internal security, and terrorism. In addition, Russia was struggling to consolidate the foundations of the new state it established after the war it lost.

While Russia set its goals in foreign policy to become a superpower again and to defend itself against threats emanating from the West, its domestic policy goals were to prevent the federation from disintegration and to design the new state according to its new power capacity. When Russia started to gather its economic and political power, it turned to the former Soviet realm and sphere of influence and tried to maintain its influence in these countries. Russia pursued a foreign policy that included diplomatic efforts to prevent NATO's eastward expansion. Russia implemented the Near Abroad Policy with the aim of becoming a global power again and reviving its imperial past. In addition, with the Eurasianism strategy it developed, Russia tried to deter the former Soviet Republics, including Ukraine, which tended to cooperate with the European Union and NATO. Military operations conducted by Russia in Chechen War and the intervention to South Ossetia in Georgia can be given as examples of Russia's efforts to rebuild its own sphere of influence and to prevent Western influence in these countries.

In line with Russia's goal of becoming a superpower again, the Kremlin has adopted various foreign policy strategies to expand Russia's sphere of influence. To do so, the Kremlin has sought to display her influence felt by intervening in regional and global issues. Russia's involvement in the Syrian Civil War alongside the Assad regime and the Russian Army's intervention on behalf of Assad in 2015 are important indicators of the Kremlin's foreign policy strategy for influence.

During the struggle for influence in the World political scene, a state should consider the economic cost of the regular Army, the negative reactions it will receive from many actors in an official intervention to the target state, the limitations of international law, and the defiance in society caused by a possible loss of official soldiers. For those reasons, states tend to use mercenaries and PMCs during their struggle for influence. The Russian Federation's war in Ukraine in 2014 has rekindled the debate over mercenaries and the privatization of the war, among many other issues. In this context, this study seeks to answer the question about how mercenaries and PMCs are used within the framework of Russia's military strategy and why and how the Wagner Group was used in Russia's interventions in Ukraine in 2014 and 2022 and in Syria in 2015.

To analyze Russia's use of PMCs, first, the conceptual explanation of mercenaries will be made and their distinctive features will be mentioned. This will be followed by a historical analysis of the transformation of classical mercenaries into PMCs. Then, by revealing the differences between PMCs from mercenaries, their rapid development on a global scale will be examined, and the underlying reasons for this development and the reasons for their use by states will be investigated. Finally, by revealing the place of mercenaries and PMCs in Russia's military strategy, the study will discuss why and how Russia used these actors in Ukraine in 2014 and 2022 and Syria in 2015.

Use of Mercenaries in War

The word mercenary originates from the Latin word *merces*, meaning wage or salary (McFate, 2019: 10). McFate (2019: 7) defines a mercenary as "an armed civilian paid to do military operations in a foreign conflict zone". In common usage, the mercenary functions as a category of an irregular fighter. (For a detailed definition of mercenary see Article 47 of Protocol I to the Geneva Conventions (1977).)

The mercenary is treated as a foreign individual who is symbolically motivated by and fighting for private gain (Beyani and Lilly, 2001: 15). Mercenaries are driven by profit motives rather than any political motivation (Erkmen, 2019: 5). For these reasons, the mercenary has a bond of both official and material interest with the state he/she represents. The mercenary code of conduct is based on the allocation of military capabilities, acting individually and independently, without the motivation of national consciousness and without developing moral affiliation or loyalty to any army for their own material interests (Kurtarcan, 2017: 397; Percy, 2007: 70-72). There is a negative perception of mercenaries as it is believed that mercenaries benefit financially from the war without considering the hardship and deprivation that the war inflicts upon individuals and communities (Beyani and Lilly, 2001: 15). They are also perceived as responsible for violence against civilians, as well as for the establishment of crime and informal economies.

When the traditional mercenary definitions in the literature are examined, it is observed that some critical questions are ignored. According to Percy (2007:49), questions including "What makes a mercenary different from a soldier? What does placing a warrior in the 'mercenary' category instead of the 'soldier' category mean?" should be answered.

McFate (2019:7) claims that there are certain characteristics that distinguish mercenaries from soldiers and politically motivated armed non-state actors, such as terrorist organizations. The first of these relates to motivation, and accordingly, mercenaries are motivated more by profit than politics. It should be noted that while profit maximization is a mercenary's top priority, not all mercenaries disregard political interests. Second, mercenaries seek employment abroad rather than

providing security services at home, and they are foreign-oriented. Third, mercenaries use force militarily by viciously defeating or deterring the enemy which causes a direct effect on their operations. Last, characterized as deadly, mercenaries treat warfare as a market and focus on making money from war.

Singer (2008: 43), on the other hand, expresses the main features that distinguish mercenaries from other fighters and military organizations. According to him, those characteristics can be categorized as foreign, independence, motivation, recruitment, organization, and services. Mercenaries are not citizens or residents of the state they are fighting for. Moreover, they are independent agents and bound by contractual linkages of private contractors. They serve merely for material reward and are not political or religious oriented. For avoiding legal prosecution, the recruitment of mercenaries takes place surreptitiously. Mercenary units are made up of individual groups of temporary or special-purpose soldiers. Finally, previously unorganized mercenaries offer combat services for single customers only.

Despite these conceptual separation efforts, there is still no consensus on exactly who is a “mercenary”. Singer (2008: 24) states that words such as “freelancers” and “companies” first emerged to describe mercenary groups that circulated in the Middle Ages. Because mercenaries had no homes or careers to return to after each war they were hired to, they formed “companies” and these companies referred to organizations designed to facilitate the employment of mercenaries as a group or at least to provide support and protection to one another (Singer, 2008: 24).

PMCs often employ mercenaries, but they differ as they are often legally registered companies hired by governments ostensibly to ensure public safety (Beyani and Lilly, 2001: 5). Personnel are employed within a defined structure, with defined terms and conditions, and work with a degree of accountability to a particular organization and company. In turn, the company is liable to its customer, usually under a legally binding contract (Shearer, 1998: 21). PMCs differ in that they are recruited by governments ostensibly to ensure public safety, while non-state armed groups that seek to disrupt the constitutional order of states often hire mercenaries (Beyani and Lilly, 2001: 15-16).

Similar to the distinction Singer makes between mercenaries and other fighters and military organizations, Singer (2008: 47-48) distinguishes PMCs from mercenaries by focusing on organization, motives, open market, services, recruitment, and linkages. Accordingly, PMCs adopt a prior institutional structure in terms of organization. It is assumed that PMCs pursue business profits rather than individual profits. The United Mercenary Convention banned mercenary activities, whereas PMCs are legal and public entities. PMCs offer a wide range of services and serve diverse clients. PMCs recruit people with specialized skills and maintain ties to corporate holdings and financial markets.

So why do states tend to use mercenaries? According to McFate (2019: 10), renting is cheaper than owning force. Investing in and maintaining a permanent army is very

costly. Therefore states may prefer to hire regular armies instead of investing in them (McFate, 2019: 10-11). The general perception is that the main reason states use mercenaries is that mercenaries are cost-effective in terms of securing interests in the short term. Moreover, they are effective in terms of secrecy and reasonable deniability, especially in covert operations, since the organic link between the state and mercenaries is hard to detect.

In different times, individuals or groups seeking to maintain or seize control over lands and peoples have found it appropriate or necessary to recruit soldiers beyond those with a personal, tribal, or other significant obligation to them (Taulbee, 1998: 145). Contrary to popular belief, the use of mercenaries dates back to ancient times. Their use since ancient times has continued to the present day with the emergence of new types of mercenaries in the international arena (Percy, 2007: 1). Before the late 19th century, the use of mercenaries was the dominant mechanism and conscription was rare. The mercenary institution served at the request of the church and the king, which was considered the center of power, during the Middle Ages and at the request of the emperors in the later periods. For thousands of years, military contractors had provided their clients, kings, with not only soldiers but also weapons, supplies, food, and transportation on demand. During the Thirty Years’ War (1618-1648), Albrecht von Wallenstein supplied fully equipped armies with all types of logistical support to his client, the Austro-Hungarian Emperor (Uyar, 2022). However, after the Industrial Revolution, as military technology progressed, states began to establish and use regular armies to protect national interests (Baum and McGahan, 2009: 6).

As states sought a monopoly on the use of force in their territories in the 17th century, they took action to eradicate the violence of non-state actors, including mercenaries. After the Peace of Westphalia, which marked the beginning of the rise of modern nation-states, mercenaries were less common until the end of the Cold War, as more emphasis was placed on controlled state armies (Gilsinan, 2015). In the historical process, the construction of nation-states and the establishment of regular armies caused the state to dominate over the means of violence and to have a monopoly on the use of force (Bayrak, 2019).

National and regular armies emerged with the “*levee en masse*” accepted by the 23 August 1793 Convention, which enabled Napoleon to establish his Armies (Yalçinkaya, 2006: 252). In this context, permanent state armies of citizens began to replace the hired armies of foreigners. The ultimate turning point of this change was the Napoleonic Wars, which began at the end of the 18th century (Singer, 2008: 29-30). Based on Napoleon’s citizen-military approach, conscription aims to bring together moral, intellectual, and technological elements (Tugwell, 1989:6). As a result, mercenaries who found themselves powerful in past wars played a lesser role on the world stage from the 1800s to the mid-1900s. The increasing nationalism movements in the 1800s and the more active role of national armies in the World Wars can be mentioned as reasons for this situation (Öz and Çalışkanlar, 2020: 313-314). After World War II, when the wars of

independence began in the colonies, the colonial states, especially France, heavily benefited from mercenaries in Africa and Southeast Asia. Thousands of ex-Nazi soldiers dressed in French uniforms fought in Vietnam and Algeria. With the independence of the last colonies, this need also came to an end.

It can be argued that today, the resurgence of mercenaries, the emergence of PMCs, and the “re” privatization of war are the result of the US invasion of Afghanistan and Iraq. The reason for the USA to turn to this strategy is to try to find a solution to the increasing casualties in the unconventional war and the inadequacy of the army personnel (Uyar, 2022). DynCorp which was founded by American veterans who served in World War II and provided technological and logistical support to the US Army in activities such as the Korean War, the Vietnam War, and the occupation of Grenada, is also one of the first private military contractors established in the modern day.

In the decolonization process, the activities of PMCs intensified even more. The activities of Watchguard International, which was founded in 1967 by a former British Special Air Service personnel played an active role in the Middle East and Africa. Moreover, Executive Outcomes, which intervened in the Sierra Leone civil war (1991-2002) and the activities of Sandline International, which played the role of the UN’s service provider can be given as examples of this situation. Most private military and security companies are based in the USA and UK. G4S, a British multinational private security company; Aegis Defence Services, a British private military and security company; Sandline International, a British private military company; Kellogg Brown & Root (KBR), a unit of Halliburton and a U.S. based company that also provides military support services; DynCorp, an American private military contractor; and Academi (formerly called Blackwater), an American private military company can be mentioned as examples of PMCs (Karaman, 2020).

Although their activities are difficult to track, the use of mercenaries increased after the Cold War. In the post-Cold War period, mercenaries were actively involved in conflicts in Afghanistan, Angola, Ethiopia, Georgia, Kashmir, Kosovo, Bosnia and Herzegovina, and Chechnya among others (Beyani and Lilly, 2001: 11).

The changing perception of security is the main reason for the resurgence of mercenary activities. The end of the Cold War and the emergence of a privatized military industry can be mentioned as factors at the center of the changing perception of security. The impact on the supply and demand of military services created a “security gap” and the private military industry aimed to fill this gap. Two other factors can be mentioned as necessary factors for the emergence of the industry. The first factor is the changing character of war which has created new demands and new market opportunities while the second factor is the privatization revolution. The combination of these important dynamics led to the emergence and rapid growth of the privatized military industry (Singer, 2008: 49).

In recent years, there have been massive mercenary activities in Yemen, Nigeria, Iraq, Syria, and most recently

Ukraine. Among these interventions, Russia’s interventions in Ukraine in 2014 and 2022 and Syria after the Arab Spring attracted attention. In the next section, the place of mercenaries and PMCs in the Post-Cold War and Russia’s changing National Security Strategy will be discussed, and Russia’s wars in Ukraine and Syria will be analyzed in the context of mercenary use.

Changing Security Narrative of Russia in the post-Cold War

PMC activity has increased worldwide since the end of the Cold War. According to Brooks (2020:132-133) particularly three reasons explain this increase. First, during the global bipolar struggle, many states and dictators supported by the superpowers failed as the bipolar system ended and they also lost support. The conflicts in the new world order created a demand for private security. Second, the demobilization of armies with the end of the Cold War and the end of the Apartheid Regime in 1994 increased the number of people with military capabilities in civilian life. As a result, many unemployed military personnel who want to capitalize on their experience have emerged. Finally, with the effect of economic globalization, multinational companies have turned to underdeveloped countries to extract their natural resources and have started to use PMCs to reduce the risks that may arise for them in countries in armed conflict. The main reason for the increase in the use of mercenaries and PMCs lies in the changing security narrative of states after the Cold War. In this context, when Russia is examined in particular, the hybrid war approach, which has become conceptually popular in the recent period, comes to the fore.

“Hybrid War Strategy” emerges as a concept that Russia has implemented in Georgia, Crimea, Syria and Ukraine in the last 20 years. According to Ruslan Pukhov (2015), the concept of hybrid warfare, which is an innovative form of military intervention created by Russia specifically for the crises in Crimea and Eastern Ukraine, has been widely used in the West after the actions of Moscow. Hybrid warfare has started to be discussed in studies that analyze Russia’s strategy and war after Russia’s intervention in Ukraine in 2014. Hybrid warfare at the Wales Summit held by NATO in 2014 after Russia’s intervention in Ukraine was described as “a wide range of overt and covert military, paramilitary, and civilian measures are employed in a highly integrated design” (Wales Summit Declaration, 2014). In 2017, addressing the Japan National Press Club, NATO Secretary General Jens Stoltenberg emphasized that the NATO witnessed how hybrid warfare was used especially to force Ukraine, and that hybrid warfare increased in intensity, scale, and scope. He also emphasized that NATO takes hybrid warfare very seriously. In his speech, Stoltenberg defined hybrid warfare as “a combination of covert and overt operations, a combination of everything from disinformation, propaganda, to soldiers without insignia or without uniforms, and also actually sometimes cyber or the use of conventional military force” (Stoltenberg, 2017).

Çizelge 1. Rusya'nın Yeni Nesil Savaşı**Table 1.** Russia's New Generation Warfare

From	To
Direct destruction	Direct influence
Direct annihilation of the opponent	The opponent's inner decay
A war with weapons and technology	A culture war
A war with conventional forces	Specifically prepared forces and commercial irregular groupings
The traditional (3D) battleground	Information/psychological warfare and war of perceptions
Direct clash	Contactless war
A superficial and compartmented war	A total war, including the enemy's internal side and base
War in the physical environment	A war in the human consciousness and in cyberspace.
Symmetric warfare	Asymmetric warfare by a combination of political, economic, information, technological, and ecological campaigns
War in a defined period of time	A state of permanent war as the natural condition in national life

Source: Berzins (2014: 5).

To analyze how Russia perceives hybrid warfare, it is important to understand the Gerasimov doctrine since the Gerasimov doctrine is the application of the hybrid warfare approach to Russian military thought. General Valery Gerasimov, Chief of the General Staff of the Russian Federation, developed ideas about future armed conflicts in his article titled "The Value of Science in Foresight" in 2013. Gerasimov's new generation warfare idea is known as the Gerasimov Doctrine. The Doctrine has led to the modernization of the military and changes in Russian warfare thought in the post-Cold War era (Gerasimov, 2016).

In his article, Gerasimov (2013) advises the Russian army to prepare for future armed conflicts by presenting certain predictions. He states that the conditions in the field of war and strategy have changed, and there is a tendency to blur the lines between war and peace situations in the 21st century. In addition, he emphasizes that wars are no longer declared and that when wars begin, they proceed on an unfamiliar template. Gerasimov claimed that the rules of warfare have changed. He explains this change by stating that the importance of using non-military methods to achieve political and strategic goals has increased, and this method has in many cases surpassed the use of military force in terms of effectiveness. Gerasimov notes that there has been a shift in the focus of applied conflict methods toward the widespread use of political, economic, computational, humanitarian, and other non-military measures. According to Gerasimov, changing war and the rule of warfare require that war strategies, military equipment used, troops, and other vehicles adapt to this change. He envisions the use of covert force, such as paramilitary and civil insurgent units. Therefore, he emphasizes the need for a strategy based on asymmetric, indirect methods (2-3). According to Gerasimov, in hybrid warfare, besides Special Forces, armed irregular forces and PMCs also stands out. Today, Russia is one of the states that have used hybrid warfare methods quite actively in their neighboring countries.

The methods in the component of the doctrine, which Russia calls the New Generation Warfare Doctrine, were applied in the 2014 Ukraine War, then in Syria in 2015, and finally in Ukraine in 2022. Berzins (2014) summarizes the

main guidelines for developing Russian military capabilities by 2020 adapted from Peter Mattsson's lecture in February 2014 in Riga as follows:

After the Cold War, Russia applied hybrid methods in line with the new generation warfare doctrine in its cross-border activities and used PMCs, one of the actors of the hybrid war. Russia used PMCs and mercenaries in many places, including 2008 Georgia, 2014 Crimea, and Libya while the most intensively used cross-border activities are 2014 Ukraine, 2015 Syria, and 2022 Ukraine interventions.

Russia used mercenaries in these interventions for several advantages derived from the use of PMCs. First, unlike regular armies, PMCs are much more flexible and have a wider range of action. Moreover, PMCs are not subject to any political constraints. Most importantly, the use of PMCs provides Russia with a degree of reasonable deniability and secrecy. The next section will focus on the use of mercenaries and PMCs, their duties, and their effects on the battlefield in the context of Russia's interventions in Ukraine in 2014 and 2022 and Syria in 2015.

Mercenaries in Russia's Ukraine and Syria Interventions

The role of PMCs in Russia's international operations has increased in recent years. Especially the occupation of Crimea in 2014 and the conflict environment in eastern Ukraine, and the military intervention in Syria in 2015 brought the issue of PMCs back on the agenda.

Between 2008 and 2012, Russia made various legal arrangements regarding mercenaries and PMCs. Private security guards are legally permitted to provide security at the overseas facilities of strategically important Russian companies. In fact, the legal infrastructure has been established to provide these companies with the authorization to use weapons and security training, as well as professional military training. These companies are allowed to own military equipment under the control of the state (Şahin and Aydın, 2021: 169).

In recent years, many PMCs have been established in Russia. One of them is known as "RSB-Group" which is a private company that calls itself a military consulting

company. The “RSB-Group” operates in coordination with the legitimate governments of other countries in regions where the political situation is unstable. “Anti-Terror”, on the other hand, is a group of companies consisting of a mine clearance team and former special forces officers. The company specializes in training soldiers for special missions in areas with a high risk of war. “MAR” is also an important example of PMCs established in Russia. The company is a PMC that provides a full range of ‘security services’ in areas with high terrorist activity or an unstable political situation. “Moran Security Group” is a company focused on the protection of marine and land cargoes and has a naval training center in St. Petersburg. “Center R” (also known as “Tiger Top-rent security” and “Redut-Antiterror”) is a company whose specialists participated in the conflicts in Yugoslavia, the Caucasus, Iraq, and Afghanistan. The company provides training on sniper (and anti-sniper) specialists, shooters, combat engineers, radio engineers, and rapid response fighters in the urban environment (Gusarov, 2015).

The Wagner Group has recently come into prominence in the war and conflict areas where Russia is involved. The Group emerged in 2014, just after the Slavonic Corps ceased to exist as a private military company. Retired Lieutenant Colonel Dimitri Utkin is recognized as the founder of the Wagner Group. The Group, which actively assumed the role of Russia’s proxy in Ukraine in 2014, has also been active in the region between 2014 and 2016. It has often been claimed that the company was established by the Kremlin to be used as a strategic tool to serve Russian interests (Sukhankin, 2019; Bellingcat, 2020)

Through PMCs, Russia has increased its military intervention capacity in foreign countries without direct state intervention and by circumventing international law. Mercenary use is also considered important in terms of helping to restrain the reactions that may occur in the Russian public after possible losses (Gülşen, 2017: 7). At this point, the Wagner Group has become known to the public when Wagner mercenaries were deployed in Ukraine in 2014 in order to support Russian forces operating in the country (Görücü and Bünyad, 2020). After the annexation of Crimea, Wagner mercenaries took part in armed conflicts with the Russian army in the eastern regions of Ukraine. Wagner is estimated to have around 2,500 mercenaries in Ukraine in 2014 (Akhiyadov, 2022: 4).

Since its inception in 2014, Wagner’s use by Russia and its influence on the battlefield have steadily increased. Russian private military and security companies (PMSCs) have recently been on the international media agenda. The main reason for this is the Russian Wagner’s participation in the war in Syria alongside President Assad. It is argued that Wagner has continued to operate in various regions of both the Middle East and Africa since Russia’s invasion of Crimea in 2014. Considered a reliable and valuable intervention tool by Russia, Wagner is also thought to play an active role in Russia’s control of natural resources in countries such as Sudan and Syria (Vandoorne, Bell, Ataman, and Bertini, 2022). In March 2021, several UN Working Groups and Special Rapporteurs concluded that

Wagner had committed human rights violations such as systematic violence, extrajudicial killings, arbitrary detentions, looting, enforced disappearances, and torture during interrogations, particularly in the Middle East (Mehra LL.M and Thorley, 2022). The Kremlin has always officially denied any connection to Wagner while Wagner’s activities around the world were celebrated in Russia’s state-run media outlets (Ilyushina, 2022).

This raises an important question: Why did Russia follow the strategy of using mercenaries in the 2014 Ukraine War, then in Syria in 2015, and finally in the 2022 Ukraine War? Studying the subject of mercenaries is inherently difficult since most of their activities are confidential and it is difficult to obtain quantitative data on their duties and responsibilities. Although media sources occasionally make claims about the total number of mercenaries, especially with reference to intelligence reports, exact figures are not available.

The claim that Wagner became the leading force in the operations carried out using the paramilitary structure in the annexation of Crimea in 2014 has often been expressed (Killioğlu, 2022: 644-645). Wagner played an important role in the capture of Luhansk Airport in Russia’s annexation attempt. It was also stated that the company was effective in keeping communication channels open with its Russian supporters in the region. Wagner was also the most important support force for the Russian forces during the Battle of Debaltseve. Wagner took part in Luhansk without Russian forces while it took part in the battle of Debaltseve with Russian forces. In addition, there are strong allegations that the company is used as a problem solver by taking part in interventions that Russia does not want to undertake officially. It can be claimed that Wagner and the Russian army were equally powerful and important for Russia’s armed forces in the invasion of Crimea (Port, 2021: 53-56).

After the conflict in Ukraine in 2014, Russia realized the importance and potential power of mercenaries. Since 2015, it has started to deploy Wagner mercenaries in Syria to fight alongside the Assad regime in close cooperation with the Russian military (Akhiyadov, 2022: 5). The Kremlin wanted to avoid an official ground battle in the Syrian intervention and chose to follow the strategy of using Wagner mercenaries as a tool of intervention in Syria. Thus, Wagner could both assist the Syrian forces on the ground and be used as a casualty tool without the knowledge of the public (Reynolds, 2019: 2). It is possible to make some inferences about the activities of Russian mercenaries, especially the Wagner Group, by examining their activities in Syria. Accordingly, the Russian mercenaries were successful in the wars against the opposition forces with relatively little training and scattered structure. On the other hand, it is observed that they were not effective at all in the fight against the regular forces, which are especially technologically superior. 2018 Deir ez-Zor and 2019 Tripoli conflicts can be given as examples of these situations (Akhiyadov, 2022: 5).

In addition to protecting strategic facilities, gas, and oil fields, it was also reflected in the press that Wagner actively participated in combat missions and fought as shock troops

in Syria. With the experience gained in Ukraine and the training in Russia, Wagner mercenaries have reached the capacity to use various weapons, including tanks. It is claimed that Wagner mercenaries also took part in the training of the regime-affiliated militias in Syria, the use of strategic and heavy weapons, and the fighter aircraft pilot training, especially the MiGs. These capabilities paved the way for paramilitary groups to be used as combat elements and enabled them to participate in many battles in Syria. The operations carried out against ISIS elements in Palmyra in the eastern countryside of Homs province in 2016 and to the west of Deir ez-Zor as of 2017 can be given as examples of the operations in which Wagner worked in coordination with the regular army units of Russia (Görücü and Bünyad, 2020: 14).

In February 2022, both Russian regular troops and mercenaries, especially Wagner mercenaries, were used in Russia's attempt to invade Ukraine. It is important to note that Wagner mercenaries were deployed in Ukraine in 2022 to provide support to the Russian army because the Russian army failed to capture Kiev, and the Russian Army's first attempt to overthrow the Ukrainian government was unsuccessful (Ilyushina, 2022). After Russia realized that quick victory was not possible, it began to use mercenaries intensively (Uyar, 2022). As can be clearly seen in the 2022 Ukraine intervention, Wagner mercenaries have been fighting alongside and complementing the Russian military (The Soufan Center, 2022: 13).

Defence Minister of the Russian Federation Sergei Shoigu said that 16,000 fighters from the Middle East volunteered to fight alongside the Russian army in Ukraine (Razek and Barabanov, 2022). These fighters include foreign fighters from Chechnya and mercenaries from Syria and Libya who joined the Wagner Group (Mehra LL.M and Thorley, 2022). Furthermore, Ukrainian sources state that at least 5,000 Wagner mercenaries are operating in Ukraine with the Russian army (Vandoorne, Bell, Ataman and Bertini, 2022). It has been claimed that Russia relied heavily on Wagner, especially in the regions of Donbass and Donetsk (Bowen, 2022: 15-16; Higgins and Bigg, 2022). It can be argued that Russia deployed Wagner mercenaries in these regions to break Ukraine's strategy of attrition. The aim of this strategy was to prolong the war as much as possible and thus to wear down the Russian army and political will by suppressing it. Russia deployed Wagner mercenaries in Ukraine to reduce the casualties of the Russian army and thus the public reaction. However, as the duration of Russia's invasion of Ukraine prolonged, Russian casualties and thus Russian public opposition to the intervention increased.

At this point, it is also important to draw attention to the mercenaries to be transferred from Syria to Ukraine. According to the intelligence sources, many people from the militias supporting the Assad regime called "Shabiha" volunteered to fight as mercenaries in the centers under the responsibility of the Russian Special Forces in Syria. It is also stated that among the applicants, those who are experienced in the use of snipers and heavy weapons such as rocket launchers, cannons, and mortars will be given

priority (Karacaoğlu, Misto and Musa, 2022; Weinthal and Evansky, 2022).

The Ukrainian government also claimed that Russia had opened 14 new recruitment centers across Syria, stating that the applicant mercenaries had already signed contracts and would be paid \$300-600 for deployment (Waters, 2022). However, Waters (2022) states that these 14 recruitment centers have existed for many years and are used to recruit Syrians for deployment in Russian-backed troops in Syria and Libya.

To conclude, mercenaries fighting alongside the Russian Army were successful in Russia's previous interventions while they have not been successful so far in Russia's ongoing intervention in Ukraine.

Conclusion

With the end of the Cold War in 1990, the Union of Soviet Socialist Republics (USSR) was defeated militarily and ideologically, and the USSR became the Russian Federation with the regime change. One of the most important dimensions of Russian Foreign Policy in the post-Soviet period is the bilateral relations with the former Soviet Republics. Aiming to regain its influence in the former Soviet political space, Russia pioneered the establishment of the Commonwealth of Independent States at the end of 1991 and declared the Near Abroad Doctrine in 1993. With this doctrine, Russia defined the geography formed by these states surrounding it from the south as the primary sphere of influence of its foreign policy and claimed that it was primarily responsible for all kinds of developments in these regions. The term Near Abroad is an exclusively Russian concept and has been used in a purely political rather than geographical sense. Common goals and threats in Russian National Security Strategies from now on can be stated as: to raise Russia as a superpower from the ashes of the former Soviet Union; to defeat the influence of the West; to prevent NATO's expansion towards the East; and to strengthen Russia's national security.

Russia tried to prevent Ukraine's efforts to develop an autonomous foreign policy with various political and economic moves. However, the "Orange Revolution", which started with the idea that the 2004 presidential elections were not fair, caused the Ukrainian people to position themselves closer to the West and the EU. This rapprochement overshadowed Russia's attempts to become a global power again with its Near Abroad Policy.

The struggle for Western geopolitical supremacy, especially the USA, was not limited to Ukraine, but this struggle also shifted to the Syrian Civil War with the Arab Spring. Syria is the only country that provides Russia with direct access to the Eastern Mediterranean and it can be argued that the ongoing struggle in Syria is a competition for geopolitical superiority between Russia and the USA in the Middle East and especially in the Eastern Mediterranean. Russia intervened militarily in Syria to support its closest ally in the Arab world and ensure the survival of the regime. To achieve these goals, Russia changed its security strategy and implemented the hybrid

war model. Russia actively implemented the hybrid war strategy after the Cold War and used PMCs, which are one of the important actors of the hybrid war, in many places including in Georgia, Crimea, Libya, Ukraine, and Syria.

In the struggle for influence between states, a state evaluates the economic cost of the regular army, the negative reactions it will receive from many actors in an official intervention to the target state, the sanctions of international law, and the indignation that an attack will cause in the society due to the possible loss of official soldiers. Given these factors, states tend to use mercenaries and PMCs in the struggle for influence. States prefer to use mercenaries and PMCs for several reasons. First, it is difficult to reveal the organic ties of mercenaries and PMCs with a state or official armies. Second, there is a general perception that because of the lack of ties of mercenaries with the relevant society in terms of motivation sources, the societies do not react negatively in case of their loss. Third reason is the perception that the cost of mercenaries is lower than that of regular armies.

Based on the reasons for the use of mercenaries, it can be argued that Russia used mercenaries in Ukraine for secrecy and reasonable deniability and aimed to prevent the reaction of the world's public opinion. On the other hand, Russia used mercenaries in Syria to prevent the reaction of the Russian public by hiding casualties and reflecting the operation as a successful operation without any casualties.

Extended Abstract

Following the disintegration of the USSR, Russia faced a deep economic crisis and political instability. In the changing international system dynamics after the Cold War, Russia has determined its goals in both foreign and domestic politics. While Russia set its goals in foreign policy as being a superpower again and defending itself against threats from the West, its domestic policy goals were to prevent the federation from disintegration and to design the new state according to its current power capacity. When Russia started to gather its economic and political power again, it turned to the former Soviet geography and tried to maintain its influence in these countries. In line with Russia's goal of becoming a superpower again, the Kremlin has adopted foreign policy strategies to expand Russia's zone of influence, as well. To do so, the Kremlin has sought to make its influence felt by intervening in regional and global issues. Russia's involvement in the Syrian Civil War alongside the Assad regime and the Russian army's intervention on behalf of Assad in 2015 are important indicators of the Kremlin's foreign policy strategy for influence.

Russia's use of mercenaries comes into prominence in its struggle for regional and global influence. As Gerasimov Doctrine puts forward, the use of mercenaries in wars is an important component of the Russian hybrid warfare strategy. In the contemporary international system where threat and security perceptions have changed, it is of great importance to understand Russia's changing security

narrative and components of its security strategies. Since the end of the Cold War, PMC activity has increased worldwide. Several reasons may explain this increase. In the struggle for influence between states, a state evaluates the economic cost of the regular army, and renting is cheaper than owning a force. Investing in and maintaining a permanent army is very costly, therefore, states may prefer to hire regular armies instead of investing in them. Moreover, the negative reactions a country will receive from many actors in an official intervention to the target state plays an important role in such a decision. By using mercenaries, states may avoid the sanctions of international law and the indignation in society caused by a possible loss of official soldiers. In general, the main reason states use mercenaries is that mercenaries are cost-effective in terms of securing interests in the short term, and they are an effective tool in terms of secrecy and reasonable deniability, especially in covert operations since the organic link between the state and mercenaries is difficult to detect.

This study seeks to answer the question of how mercenaries and PMCs are used within the framework of Russia's military strategy and, why and how the Wagner Group was used in Russia's interventions in Ukraine in 2014 and 2022, and in Syria in 2015. To answer these questions, the study examines the concept of mercenary in a historical context and through Russia's military strategy by distinguishing mercenaries from PMCs. This study employs an exploratory comparative case study research design by studying three cases in-depth and making a detailed examination of each case.

Through PMCs, Russia has increased its military intervention capacity in foreign countries without direct military intervention and by circumventing international law. The Wagner Group has become known to the public when Wagner mercenaries were deployed in Ukraine in 2014 in order to support Russian forces operating in Ukraine, and after the annexation of Crimea, Wagner mercenaries took part in armed conflicts with the Russian army in the eastern regions of Ukraine. In 2014, Wagner played an important role in the capture of Luhansk Airport in Russia's annexation attempt. It was also stated that the company was effective in keeping communication channels open with its Russian supporters in the region. Wagner was also the most important support force for the Russian forces during the Battle of Debaltseve. Wagner, which took part in Luhansk without Russian forces, took part in the battle of Debaltseve with Russian forces. In addition, there are strong allegations that the company is used as a problem solver by taking part in interventions that Russia does not want to undertake officially. The Kremlin has always officially denied any connection to Wagner.

Since its inception in 2014, Wagner's use by Russia and its influence on the battlefield have steadily increased. In 2015, Wagner mercenaries were deployed in Syria to fight alongside the Syrian Army. The Kremlin wanted to avoid an official ground battle in the Syrian intervention and chose to follow the strategy of using Wagner mercenaries as a tool of intervention in Syria. In 2022, both Russian regular troops

and mercenaries, especially Wagner mercenaries, were used in Russia's attempt to invade Ukraine. Wagner mercenaries were deployed in Ukraine in 2022 to provide support to the Russian army because the Russian army failed to capture Kiev, and the Russian Army's first attempt to overthrow the Ukrainian government was unsuccessful. Wagner mercenaries have been fighting alongside and complementing the Russian military. It has been claimed that Russia relied heavily on Wagner, especially in the regions of Donbass and Donetsk. Russia deployed Wagner mercenaries in these regions to break Ukraine's strategy of attrition. As the duration of Russia's invasion of Ukraine prolonged, Russian casualties and thus Russian public opposition to the intervention increased. Russia deployed Wagner mercenaries in Ukraine to reduce the casualties of the Russian army and thus the public reaction.

Given the findings, this study concludes that Russia used mercenaries in Ukraine for secrecy and reasonable deniability and aimed to prevent the reaction of the world's public opinion. On the other hand, Russia used mercenaries in Syria to prevent the reaction of the Russian public by hiding casualties and reflecting the operation as a successful operation without any casualties.

One of the most significant limitations of this study was the difficulties to obtain information about the activities of mercenaries. Due to the secretive nature of their activities, mercenaries are difficult to track, and this makes it difficult to analyze their actions. As mentioned in the conclusion, Wagner mercenaries have not been successful so far in Russia's ongoing intervention in Ukraine. Both the measures taken by the Ukrainian army and the strategy implemented in contrast to 2014 played role in Wagner's failure. In further research, the reasons for Wagner's failure in the 2022 Ukraine intervention can be studied extensively.

References

- Akhiyadov, M. (2022). Özel Askerî Şirketler: Rusya Örneği, İNSAMER Analiz, <https://www.insamer.com/tr/uploads/pdf/ozel-askeri-sirketler-rusya-ornegi-pdf.pdf>. Accessed: 27.10.2022
- Baum, J. AC and McGahan, A. M. (2009). Outsourcing War: The Evolution of the Private Military Industry after the Cold War. Rotman School of Management.
- Bayrak, E. (2019). Şiddet Tekelinin Tarihsel Gelişimi ve Bugüne Dair Notlar. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 68, 57-82
- Bellingcat. (2020). Putin Chef's Kisses of Death: Russia's Shadow Army's State-Run Structure Exposed, Bellingcat, <https://www.bellingcat.com/news/uk-and-europe/2020/08/14/pmc-structure-exposed/>. Accessed: 27.10.2022
- Berzins, J. (2014). Russia' New Generation Warfare in Ukraine: Implications for Latvian Defense Policy. <https://sldinfo.com/wp-content/uploads/2014/05/New-Generation-Warfare.pdf>. Accessed: 28.10.2022
- Beyani, C. and Lilly, D. (2001). Regulating Private Military Companies: Options for the UK Government. International Alert.
- Bowen, A.S. (2022). Russia's War in Ukraine: Military and Intelligence Aspects, Congressional Research Service, <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R47068>. Accessed: 01.11.2022
- Brooks, D. (2000). Messiahs or mercenaries? The future of international private military services, *International Peacekeeping*, 7 (4), 129-144.
- Erkmen, S. (2019). Silahlı Güçler; Ordular, Para-Militer Yapılar, Özel Askeri Şirketler. Güvenlik Yazıları Serisi, No.39, https://trguvenlikportali.com/wp-content/uploads/2019/11/SilahlıGucler_SerhatErkmen_v.1.pdf. Accessed: 29.09.2022
- Galeotti, M. (2017). *The Modern Russian Army 1992–2016*, New York: Bloomsbury Publishing.
- Gerasimov, V. (2016). *The Value of Science Is in the Foresight New Challenges Demand Rethinking the Forms and Methods of Carrying Out Combat Operations*. Military Review. https://www.armyupress.army.mil/portals/7/military-review/archives/english/militaryreview_20160228_art008.pdf. Accessed 10.10.2022
- Gerasimov, V. (2013). *Military-Industrial Kurier*, VPK News, Feb. 27, (translation: Coalson, Robert, "Top Russian General Lays Bare Putin's Plan for Ukraine", http://www.huffingtonpost.com/robert-coalson/valery-gerasimov-putin-ukraine_b_5748480.html,%20F. Accessed: 29.10.2022
- Gilsinan, K. (2015). *The Return of the Mercenary*. The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/03/return-of-the-mercenary/388616/>. Accessed: 10.09.2022
- Görücü, K. and Bünyad, A. (2020). Rus Hayalet Orduşu Wagner, SETA Analiz, No 311, <https://setav.org/assets/uploads/2020/02/A311.pdf>. Accessed: 17.11.2022
- Gusarov, V. (2015). *Russian Private Military Companies As Licensed Tool of Terror*, <https://informnapalm.org/en/russian-private-military-companies-as-licensed-tool-of-terror/>. Accessed: 17.11.2022
- Gülşen, H. (2017). Rusya'nın Suriye Müdahalesinde Özel Askerî Şirketlerin Rolü, ORSAM, NO:64, http://orsam.org.tr/d_hbanaliz/64TR.pdf. Accessed: 29.10.2022
- Higgins, A. and Bigg, M.M. (2022). *Russia Looks to Private Militia to Secure a Victory in Eastern Ukraine*, New York Times, <https://www.nytimes.com/2022/11/06/world/europe/russia-bakhmut-wagner-group.html>. Accessed: 30.10.2022
- Ilyushina, M. (2022). *In Ukraine, a Russian mercenary group steps out of the shadows*, Washington Post, <https://www.washingtonpost.com/world/2022/08/17/ukrain-e-russia-wagner-group-mercenaries/>. Accessed: 07.11.2022
- Karacaoğlu, M. B., Misto, M. and Musa, E. (2022). Rusya, Ukrayna'da savaştırmak üzere Suriye'den binlerce paralı asker topladı, Anadolu Ajansı, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/rusya-ukraynada-savastirmak-uzere-suriyeden-binlerce-parali-asker-topladi/2531858>. Accessed: 07.11.2022
- Karaman, M. (2020). *Dış Politikada Bir Enstrüman: Vekalet Savaşı Uygulayıcısı Olarak Özel Askeri Şirketler*, <https://stratejikortak.com/2020/01/vekalet-savasi-ozel-askeri-sirketler.html>. Accessed: 17.10.2022
- Kurtdarcan, B. R. (2017). *Muharebe Alanının Yeni Aktörleri: Askeri Yükleniciler Devletin Kuvvet Kullanma Tekeli ve Uluslararası Silahlı Çatışmalar Hukuku Açısından Bir İnceleme*. İstanbul, Beta Yayınları.
- McFate, S. (2020). *Mercenaries and Privatized Warfare Current Trends and Developments*. The United Nations Working Group on the Use of Mercenaries Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights.

23. McFate, S. (2019). *Mercenaries and War: Understanding Private Armies Today*. Washington: National Defense University Press.
24. Mehra LL.M, T. and Thorley, A. (2022). Foreign Fighters, Foreign Volunteers and Mercenaries in the Ukrainian Armed Conflict, <https://icct.nl/publication/foreign-fighters-volunteers-mercenaries-in-ukraine/>. Accessed: 24.10.2022
25. NATO. (2014). Wales Summit Declaration, NATO, https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_112964.htm. Accessed: 22.10.2022
26. Öz, T. and Çalışkanlar, T. M. (2020). Paralı Askerlerden Özel Askerî Şirketlere Savunma Yönetimi Teknolojileri Uygulamaları. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 16 (34), 309-339.
27. Percy, S. (2007). *Mercenaries The History of a Norm in International Relations*. Oxford University Press.
28. Pukhov, R. (2015). Nothing 'Hybrid' About Russia's War in Ukraine. *The Moscow Times*: <https://themoscowtimes.com/articles/nothing-hybrid-about-russias-war-inukraine-46913>. Accessed: 29.10.2022
29. Razek, H. and Barabanov, I. (2022). War in Ukraine: How Russia is recruiting mercenaries, BBC, <https://www.bbc.com/news/world-europe-60711211>. Accessed: 27.10.2022
30. Reynolds, N. (2019). Putin's Not-So-Secret Mercenaries: Patronage, Geopolitics, and the Wagner Group, *Carnegie Endowment for International Peace*, https://carnegieendowment.org/files/GlobalRussia_NateReynolds_Vagner.pdf. Accessed: 17.11.2022
31. Shearer, D. (1998). Mercenary or military company?, *Adelphi Papers*, 38 (316), 11-22.
32. Singer, P. W. (2008). *Corporate Warriors, The Rise of the Privatized Military Industry*. Cornell University Press.
33. Stoltenberg, J. (2017). The geography of danger has shifted, NATO, https://www.nato.int/cps/en/natohq/opinions_148125.htm. Accessed: 28.11.2022
34. Sukhankin, S. (2019). *Unleashing the PMCs and Irregulars in Ukraine: Crimea and Donbas*. The Jamestown Foundation. <https://jamestown.org/wpcontent/uploads/2019/09/Paper-4-Irregulars-in-Ukraine-2.pdf>. Accessed: 28.11.2022
35. Şahin, G. and Aydın, A. (2021). Suriye'deki Rus Vatandaşı Yabancı Terörist Savaşçıların Rusya'nın İç Güvenliğine Etkileri. *Güvenlik Çalışmaları Dergisi*, 23 (2), 158-177.
36. Taulbee, J.L. (1998). Reflections on the mercenary option, *Small Wars & Insurgencies*, 9 (2), 145-163.
37. The Soufan Center. (2022). *Foreign Fighters, Volunteers, And Mercenaries: Non-State Actors and Narratives in Ukraine*, https://thesoufancenter.org/wp-content/uploads/2022/04/TSC-Special-Report_Ukraine_April-2022.pdf. Accessed: 27.10.2022
38. Tugwell, M. (1989). Adapt or perish: The forms of Evolution in Warfare. In: David Charters and Tugwell Maurice (eds.), *Armies in Low-Intensity Conflict*, London, Brassey's.
39. United Nations (1989). *International Convention against the Recruitment, Use, Financing and Training of Mercenaries*, <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/international-convention-against-recruitment-use-financing-and>. Accessed: 25.11.2022
40. Uyar, M. (2022). Paralı askerlik, özel askeri şirketler ve savaşın özelleştirilmesi, *Independent Türkçe*, <https://www.indyurk.com/node/512706/t>. Accessed: 17.11.2022
41. Vandoorne, S., Bell, M., Ataman, J. and Bertini, R. (2022). *Morale is plummeting in Putin's private army as Russia's war in Ukraine falters*, CNN, <https://edition.cnn.com/2022/10/06/europe/wagner-ukraine-struggles-marat-gabidullin-cmd-intl/index.html>. Accessed: 27.12.2022
42. Waters, G. (2022). Will Russia deploy Syrian fighters to Ukraine?, <https://www.mei.edu/publications/will-russia-deploy-syrian-fighters-ukraine>. Accessed: 27.12.2022
43. Weinthal, B. and Evansky, B. (2022). *Russia's Putin looks to import Syrian mercenaries to do the 'dirty tricks' against Ukraine's population*. Fox News, <https://www.foxnews.com/world/putin-syrian-mercenaries-dirty-tricks-ukraine>. Accessed: 26.12.2022
44. Yalçınkaya, H. (2006). *Özel Askeri Sektörün Oluşumu ve Savaşların Özelleşmesi*. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 61 (3), 247-277.