

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLERDE AKADEMİK ARAŞTIRMALAR

Doç. Dr. Ömer Uğur BULUT



İktisadi ve İdari Bilimlerde Akademik Araştırmalar

Editör

Doç. Dr. Ömer Uğur BULUT

yaz
yayınları

İktisadi ve İdari Bilimlerde Akademik Araştırmalar

Editor: Doç. Dr. Ömer Uğur BULUT

ORCID NO: 0000-0002-6511-8187

© YAZ Yayınları

Bu kitabın her türlü yayın hakkı Yaz Yayınları'na aittir, tüm hakları saklıdır. Kitabın tamamı ya da bir kısmı 5846 sayılı Kanun'un hükümlerine göre, kitabı yayınlayan firmanın önceden izni alınmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayınlanamaz, depolanamaz.

E_ISBN 978-625-6524-45-3

Ekim 2023 – Afyonkarahisar

Dizgi/Mizanpaj: YAZ Yayınları

Kapak Tasarım: YAZ Yayınları

YAZ Yayınları. Yayıncı Sertifika No: 73086

M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3
İscehisar/AFYONKARAHİSAR

www.yazyayinlari.com

yazyayinlari@gmail.com

info@yazyayinlari.com

İÇİNDEKİLER

Müziğin Tadı Olur mu?	1
<i>Sema SARI</i>	
The Causes, Characteristics and Types of Economic Crises.....	15
<i>Yusuf KALKAN</i>	
Türkiye'nin En Değerli Markaları Listesinde Yer Alan İşletmelerin Marka Değerleri ile Piyasa Değerleri Arasındaki İlişki	35
<i>Ahmet KARACA</i>	
Enhancing Marketing Strategies Through Personalized Marketing: A Literature Review	49
<i>Altuğ OCAK</i>	
Seçim Beyannameleri/Bildirgeleri İçinde Vergi Temasının Doğrudan Yer Alması: 7 Haziran ve 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri ve 14-28 Mayıs 2023 Seçimleri	61
<i>Yasemin ARIMAN</i>	
Influencer Marketing: Its Advantages and Challenges	81
<i>Doğu BARANAYDIN</i>	
Sovereign Green Bonds as a New Financial Instrument in Climate Finance for Türkiye	91
<i>Durdane KÜÇÜKAYCAN</i>	
Başarılı İnovasyon Uygulamaları İçin İtici Mekanizmalar	123
<i>Celal YILMAZ</i>	

**Seçilmiş Göstergelerle BİST Sigorta Endeksindeki
Şirketlerin Karşılaştırılması.....157**

Ahmet AKATAK, Osman KAVAK

**Sanal Banka İşletmelerinde İnsan Kaynakları
Yönetiminin Etkinliklerinin Örgütsel Başarı
Üzerindeki Etkisi.....179**

Ahmet DİKEN, Cihat KIVRAK

Zombi Firmalar: Nedenleri ve Ekonomik Etkileri199

İlhan ÇAM, Muhammet KOCAMAN

**Ekonomik Büyüme Göstergesi Olarak Sanayi
Üretim Endeksinin Elektrik Tüketimi Üzerindeki
Asimetrik Etkisi.....225**

Gizem UYANIK TAŞ, Ömer Uğur BULUT

**Borsa İstanbul'un Zayıf Formda Etkinliğinin
Sinanması245**

Yunus KARAÖMER

**Finnet İlaç ve Sağlık Endeksindeki İşletmelerin
Finansal Performanslarının Entropi ve Gri İlişki
Analizi Yöntemleriyle Değerlendirilmesi.....261**

Emre ARSLAN

Covid-19 Pandemisinde İstihdamdakilerin Durumu.....275

Aysun HIZIROĞLU AYGÜN, Selin KÖKSAL, Gökçe UYSAL

**The Trends of Research on Debt Management and
Debt Sustainability: A Visual Analysis Using
VOSviewer and Biblioshiny.....287**

Anıl Burcu ÖZYURT SERİM

Turizm Sektöründe Su Tüketimi: Otel ve Konaklama Sektörü Çerçevesinden Bir Değerlendirme	313
<i>Zafer Barış GÜL, Gülfidan AKYÜZ</i>	
Analysing The Potential Impact of IFRS 15 on Revenue Items: A Case Study of An Automotive Supplier Firm in Turkey	331
<i>Nabi KÜÇÜKGERGERLİ</i>	
NASDAQ100 ile Bitcoin Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	347
<i>Eda KAYHAN, Çağrı KORKMAZGÖZ</i>	
AB’de Dijitalleşme ve Dijital Dönüşüm Politikaları	367
<i>Feza SOLAK TUYGUN</i>	
Girişimci Pazarlama Kavramının Yaratıcılık ve Mutlu Tesadüf Yönetimi ile Birlikte Değerlendirilmesi	389
<i>Ahmet BAŞALP</i>	
Çeşitleri ve Sınırları Bakımından Yerel Yönetimlerde Mali Denetim	407
<i>Semra ALTINGÖZ ZARPLI</i>	

"Bu kitapta yer alan bölümlerde kullanılan kaynakların, görüşlerin, bulguların, sonuçların, tablo, şekil, resim ve her türlü içeriğin sorumluluğu yazar veya yazarlarına ait olup ulusal ve uluslararası telif haklarına konu olabilecek mali ve hukuki sorumluluk da yazarlara aittir."

MÜZİĞİN TADI OLUR MU?

Sema SARI¹

1. GİRİŞ

Pazarlamada duyuların etkisi yadsınamaz. Duyular bağımsız olarak çalışmaktan ziyade birbiriyle sinerji oluşturarak algıyı etkilemektedir ve algıyı yönetebilmek pazarlamada oldukça önemlidir. Özellikle lokanta, kafe gibi yemek ve içecek hizmeti veren işletmeler ile gıda reklamcıları için duyu etkileşimini ve algıyı anlamak pazarlama faaliyetleri için göz önünde bulundurulması gereken mühim konular arasındadır. Araştırmalar, duyular ve duygular aracılığıyla tüketiciler ve işletmeler arasında güçlü bağlar kurmanın mümkün olduğu göstermektedir.

Yemeğin görselliği ve kokusu, tadı hakkında beklentiler yaratırken yemekte kullanılan tüm fiziksel unsurların dokusu, yapısı, görünümü, rengi, yemek esnasında çalınan müzik ve birçok görsel, işitsel, dokunsal unsur ile koku ve tat duyuları birbiri ile entegre olarak gıdanın algısını etkileyebilmektedir.

Çalışmanın konusu olan tat ve müzik ilişkisi üzerine birtakım çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalarda ses tonundan, notalara, müzik türüne, müzik ve sunum sırasına, yemeğin etnik kökenini belirlemeye kadar müzikle ilgili birçok unsurun tat algısını (tat almanın hedonik yönleri, algılanan asitlik, meyvelilik, tatlılık, burukluk vb.) etkilediği görülmüştür. Dolayısıyla bu unsurların işletmeler, pazarlamacılar, satıcılar ya

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Gümrük İşletme Bölümü, semasari@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0420-0056.

da araştırmacılar açısından iyi anlaşılması, algının yönetilmesini ve tüketici davranışlarının yönlendirilmesini de sağlamaya yardımcı olabilir.

2. DUYULAR VE İLİŞKİLENDİRME

Duyular, vücudun içinde ve dışında meydana gelen olayları kişiye ileten alıcı mekanizmalar olarak tanımlanmaktadır (Canan, 2018). Farklı duyular, aynı dış nesneler hakkında ilişkili bilgileri alır ve bu bilgiler, çok modlu olarak belirlenmiş algılara uymak için birleştirilir (Calvert vd., 2004; Driver ve Spence 2000).

Tarihten bugüne duysal etkileşimler merak uyandırmıştır (Burdach vd., 1984). İnsanlar aynı yemekleri yemelerine, aynı içecekleri içmelerine rağmen farklı lezzetler algılayabilir. Bunun en büyük sebebi beynimiz ile lezzet algısı arasındaki ilişkidir (Şengül ve Adabalı, 2023). Yemekten aldığımız zevk, doğası gereği çoklu duysaldır. Beş duyunun hepsinin kendine özgü bir rolü vardır. Yemeğin görselliği ve kokusu, tadı hakkında beklentiler yaratmakta ve yemek yerken tat, koku, dokunma ve işitme uyarılarının bir kombinasyonu, gıdanın genel birçok duysal algısına entegre olmaktadır. Dolayısıyla duyular bağımsız olarak çalışmamakta, birbiriyle sinerji oluşturmaktadır (Kontukoski vd., 2015).

Bireyler bir dizi koku deneyimini tat duysuyla ilişkilendirip koku duysunu tat algısı olarak tanımlamaktadır (Burdach vd., 1984). Tat, esas olarak dil aracılığıyla algılanırken koku, direkt olarak burun boşluğunun üst kısmında veya ağzın arka kısmında algılanmaktadır. Ayrı ayrı alınan tat ve koku algıları, beyin tarafından ilişkilendirildiğinde tat-koku etkileşimi meydana gelmektedir. Ek olarak, dokunma duysusu da koku ve tat duysularına eklenerek lezzet algısını değiştirmekte ve bu duysal etkileşimler lezzet algısını etkilemektedir (Yaparel ve Elmacı,

2016). Yiyeceklerin sunum biçimi bile tatlarının algılanışını etkileyebilir. Örneğin, tüketilen yiyeceklerin tuz eklenmeden dahi tuzlu algısını yaratmasına neden olan pürüzlü yüzeyli kaşıklar gibi detaylar bulunmaktadır (Özata Şahin, 2020).

Yapılan bir araştırmada sunulan tatlılar farklı geometrik formlara sahip ve çeşitli renklerdeki tabaklarda servis edilmiştir. Bu yöntem, tabağın şekli ve renginin, tatlıların beğenilme düzeyi hakkında bilgi edinmede kullanılmıştır. Yuvarlak ve beyaz bir tabakta sunulan tatlı, kare ve siyah bir tabakta servis edilen tatlıya göre daha az ilgi görmüştür (Michel vd., 2015). Dolayısıyla görme duyusu da tat algısını etkilemektedir denebilir.

Lezzetle bağlantılı bir başka duyu da işitme ile ilişkilidir. Koku kadar sesler ve müzikler de lezzet üzerinde etkiye bulunabilir (Rhind ve Law, 2018). Farklı sosyal durumlarda kullanılan müziğin sembolik anlamlarını dikkatle düşünerek insanların zihninde multimodal deneyimler ve hatta bilinçaltı beklentiler yaratmak mümkündür (Kontukoski vd., 2015).

3. İŞİTME VE TAT İLİŞKİSİ

Shepherd (2006)'ya göre ağızla başlayan yemek yeme süreci beynin işlediği aşamayla son bulur. Bu bağlamda renklerden kokulara, dekorasyondan tada ve kullanılan yemek gereçlerine kadar her türlü unsur, yeme içme eyleminde kullanılan tüm araçlar bu süreç üzerinde etkili olmaktadır.

İşitsel ipuçları ile tat algısı ve gıdaların aroması arasında bir ilişki vardır (Knöferle ve Spence, 2012). Başlangıçta, duyduklarımızın tattığımız şey hakkında düşündüklerimizi etkilemesinin birkaç sebebi olduğuna dikkat etmek önemlidir. Örneğin, müziğin genelleştirilmiş etkileri olabilir, öyle ki klasik müzik, insanların bir şarabı daha pahalı olarak değerlendirmesine neden olabilir (North vd., 2003). Etnik olarak uygun müziğin, bir

yemek tabağında etnik kökeni ortaya çıkarmaya yardımcı olabileceği görülmüştür (Yeoh ve North, 2010; North vd., 1999). Duyduklarımızın tat almanın hedonik yönlerini de etkileyebileceği uzun zamandır bilinmektedir. Bununla birlikte yapılan son araştırmalara göre "doğru" müzik çalarak tadımın belirli duyusal-ayırt edici yönleri etkilenebilir. Müziğin algılanan asitliği, tatlılığı, meyveliliği, burukluğu ve şarap süresini etkilediği saptanmıştır (Spence ve Wang, 2015).

Lezzet ile iştme arasındaki ilişki konusunda bir dizi araştırma gerçekleştirilmiştir. Bunlardan biri, Oxford Üniversitesi işbirliğiyle hazırlanan ve İngiltere Yemek Müzesi'nde gerçekleşen bir deneydir. "Chocophonica" adı verilen bu sosyal deneyde müze içine dört ayrı kulübe yerleştirilmiştir. Kulübelerin içine hem çikolata hem de bir kulaklık konulmuştur. Katılımcılardan kulaklıkları takarak talimatları dinlemeleri istenmiştir. Katılımcılar, talimatları takip ederek aynı lezzetteki çikolataları tüketmişlerdir. Çikolataları yedikten sonra katılımcılardan kulübeye bırakılan anketleri doldurmaları istenmiştir. Doldurulan anketler sonucunda kulaklığın diğer tarafından talimatları seslendiren kişinin sesinin kalın bir tonda olduğu durumda çikolatanın bitter, ince ve yumuşak bir tonda olduğu durumda ise çikolatanın sütlü olarak algılandığı sonucuna varılmıştır. Yenen yiyecekler ile ses tonu arasındaki bağlantıyı açıklayan bu deney, Bompas & Parr ajansı ve Space Doctors tarafından gerçekleştirilmiştir (Özata Şahin, 2020).

Crisinel vd. (2012)'nin gerçekleştirdiği bir deneyde katılımcıların her birine dörder tane aynı şekerden verilmiş ve kulaklıkla film müziği dinleterek şekerlemeleri tatmaları sağlanmıştır. Her dinletiden sonra bir şeker tadan katılımcılar, yine her seferinde bir ankete cevap vermişlerdir. Deney tamamlandıktan sonra elde edilen sonuçlara göre katılımcıların hüznü- alçak tondaki film müziğinden sonra yedikleri şekerlemeleri melodik-yüksek tondaki müzikten sonra

yediklerine göre daha az tatlı olarak algıladıkları saptanmıştır. Dolayısıyla müziğin insanların duygu durumlarındaki etkisinin gıdaların lezzet algısını da etkilediği sonucuna varılmıştır.

Müzik kavramlarını tat sözcükleri açısından tanımlama geleneğine uygun olarak yakın tarihli ampirik araştırmalar, tat algısı ile düşük seviyeli ses ve perde ve fonetik özellikler gibi müzikal parametreler arasında güvenilir ilişkiler bulmuştur (Mesz vd., 2011). Crisinel ve Spence (2009) ‘a göre yüksek perdeli tek notalar sürekli olarak ekşilik fikriyle eşleştirilirken düşük perdeli notalar acı ile eşleştirilmektedir.

Motoki vd. (2022)’nin yaptığı bir araştırmada tat ve işitme üzerine iki farklı deney gerçekleştirilmiştir. Her iki deneyin sonuçları da tutarlı bir şekilde fon müziğinin yiyecek tercihleri üzerindeki etkilerinin, müzik türü, yiyecek türü (sağlıklı ve sağlıksız) ve tat/lezzet (tatlı ve tuzlu) arasındaki etkileşime bağlı olduğunu tutarlı bir şekilde göstermiştir. En önemli sonuç, caz ve klasik müzik dinlemenin, rock/metal müzik dinlemeye göre insanların sağlıklı tuzlu yiyecek (ör. sebzeli sandviç) tercihlerini artırmasıdır. Rock/metal, hip-hop ve caz müziği dinlemek ise klasik müziğe kıyasla insanların sağlıksız tuzlu yiyecek (örneğin, bir etli sandviç) tercihlerini artırmıştır.

Ziv (2018)’in araştırmasında iki deney yapılmıştır. Çalışma 1’de hoşluk açısından farklılık gösteren iki müzik parçasının sunum sırasının, iki kurabiye arasındaki değerlendirme ve seçim farklılıklarını etkileyip etkilemediği, çalışma 2’de ise duyulan iki müzik parçasının her ikisinin de hoş veya her ikisinin de hoş olmadığı durumlarda benzer bir etkinin ortaya çıkıp çıkmadığı test edilmiştir. Çalışma 1’de 60 katılımcıdan; biri hoş, diğeri hoş olmayan fon müziği eşliğinde iki özdeş kurabiyeyi farklı sırayla tatmaları istenmiştir. Çalışma 2’de 60 katılımcı iki hoş olmayan müzik parçasıyla iki kurabiye tatmış ve yine 60 katılımcı hoş bir fon müziği eşliğinde iki kurabiye tatmıştır.

Katılımcılardan her bir çerezi değerlendirmeleri ve hangi çerezi tercih ettiklerini belirtmeleri istenmiştir. Sonuçlar, müziğin ana etkisinin ötesinde, sunum sırası ile müzik arasında etkileşim bulunmuş, ilk tadım hoş bir fon müziği eşliğinde yapıldığında kurabiyeler arasındaki değerlendirme farkı daha güçlü olmuştur. Çalışma 2'de müziğin ana etkisinin bulunamamasına rağmen ilk tadılan kurabiye için daha yüksek değerlendirmelerle bir öncelik etkisi bulunmuştur.

Kontukoski vd. (2015)'in çalışmasından elde ettiği sonuçlara göre "tatlı" müzik parçasına ve "ekşi" müzik parçasına maruz kalma yemekle ilgili düşünme süreçlerini ve hatta seçim davranışlarını etkilemektedir. Katılımcıların “tatlı” ve “ekşi” tat unsurları içeren müzikleri dinlerken bu unsurlarla bağlantılı kelime çağrışımları yaptıkları bulunmuştur. Bu çağrışımlar, içeceklerin içerik seçimlerini etkilediğini göstermektedir. Katılımcıların hazırladıkları içeceklerin tatlılığını ve ekşiliğini de etkilemiştir.

Mesz vd. (2011)'in yaptığı bir araştırmada eğitimli müzisyenlerden dört standart tat sözcüğüne (tatlı, ekşi, acı ve tuzlu) dayanarak doğaçlama yapmaları istenerek, tat sözcüklerinin tutarlı müzikal temsiller ortaya çıkarıp çıkarmadığı araştırılmıştır. Araştırmanın sonuçları, serbest doğaçlamada bile tat sözlerinin çok güvenilir ve tutarlı müzikal kalıplar ortaya çıkardığını göstermiştir. 'Acı' doğaçlamalar düşük perdeli ve legato (notalar arasında kesinti olmadan) iken 'tuzlu' doğaçlamalar staccato'dur (notalar birbirinden keskin bir şekilde ayrılmıştır). "Ekşi" doğaçlamalar tiz ve ahenksizdir ve "tatlı" doğaçlamalar ünsüz, yavaş ve yumuşaktır.

Wang ve Spence (2016)'nın yaptığı çalışmada katılımcılar, ünsüz veya ahenksiz müzik aralıklarıyla uyumlu hale getirilmiş film müziklerini dinlerken karışık meyve suyu örneklerini değerlendirmiştir. Her bir meyve suyu örneği,

bilgisayar tabanlı üç ölçekte derecelendirilmiştir. Bir ölçek, ekşi ve tatlı kelimeleriyle bağlantılıyken diğer iki ölçek, müzik ve meyve suyunun hedonik derecelendirmelerini içermektedir. İnternet tabanlı bir ön testin sonuçları, katılımcıların ünsüz ses müziklerini tatlılıkla ve ahenksiz ses müziklerini ekşilikle güvenilir bir şekilde ilişkilendirdiğini ortaya çıkarmıştır. Yerinde yapılan deneylerin sonuçları, katılımcıların, değerlendirilen melodi veya enstrümantasyondan bağımsız olarak meyve sularını, ahenksiz müzik durumuna göre ünsüz seste önemli ölçüde daha tatlı olarak değerlendirdiklerini göstermiştir. Dolayısıyla bu sonuçlar, daha yüksek düzeyde bir müzikal nitelik (yani uyum) ile temel tat arasındaki çapraz kipler arası uyumun, bir içeceğin tadının değerlendirilmesini değiştirmek için kullanılabileceği iddiasına ampirik destek sağlamaktadır.

4. SONUÇ

Müziğin pazarlama ve reklamcılıktaki tüketici davranışı üzerindeki etkisi kapsamlı bir şekilde incelenmiştir (Meyers-Levy vd., 2010). Ancak müzik ve tat arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar olmasına rağmen bu kapsamdaki çalışmaların genişletilmesine ihtiyaç vardır.

Duyular, hayatın devam ettirilmesinde büyük bir rol oynamasına rağmen duyuların önemi uzun süre yeterince fark edilmemiştir (Akıllıbaş, 2019).

Perakende bağlamında müzik türü ve temposu gibi faktörlerin yanı sıra müziğe karşı beğeni, aşinalık, zevk ve uyarılma ile ilgili kişisel tepkiler, alışveriş deneyimini ve satış personeline yönelik tutumları da etkilemektedir (Dubé ve Morin, 2001). Benzer şekilde ürünlerle uyumlu olarak algılanan müzik, hafızayı, seçimi ve onlar için ödeme yapma isteğini artırmaktadır (North vd., 2016). Dolayısıyla işletmeler, rekabette öne çıkabilmek için binlerce mesajın etkisinden sıyrılarak

tüketicilerin zihninde daha etkili bir yer edinmek amacıyla duyuları kullanmalıdır. Araştırmalar, tüketicilerle güçlü bağlar kurmanın temelde duyular ve duygular üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir (Onar, 2018). Pazarda benzer şekilde algılanan firmaların, tüketiciler tarafından seçilme olasılıkları düşüktür. Çünkü tüketiciler, gerçeklere dayalı değil, duyuların rehberliğinde tepki vermekte ve davranmaktadır (Ceylan, 2013).

Duygusal tepkiler, doğru yönlendirilebilirse tüketici satın alma kararlarını olumlu yönde etkileyebilir. Beş duyunun kullanılmasıyla tüketicilerin zihninde güçlü duygusal izler yaratmak amacıyla duygusal pazarlama kullanılabilir (Akıllıbaş, 2019).

Son yıllarda artan sayıda araştırma, arka plan seslerinin ve müziğin tat alma deneyimini nasıl etkilediğini göstermiştir (Spence ve Shankar, 2010). Tat alma duyusu, işletmelerin inovatif stratejilerde başvuracakları en zorlu duyulardan biridir. Bu hissiyatla tüketicilere erişmek zor olsa da bunun etkisi kalıcı olmaktadır (İlter, 2010). Restoranlarda yemeklerin temel tatlarıyla uyumlu ortam “tat müziği” çalınarak misafirlerin duygusal deneyimleri ön plana çıkarılabilir (Kontukoski vd., 2015).

Farklı sosyal durumlarda sembolik anlamına göre seçilecek müzik ile tüketicilerin bilinçaltına bazı beklentiler eklenebilir (Kontukoski vd., 2015). Müzik türünün, bazı ürünlerin pahalı olarak algılanmasını sağlaması mümkündür (North vd., 2003). Ortamdaki etnik yapıya uygun müzik seçimi yemeğin etnik kökenini de belirlemede yardımcı olabilmektedir (Yeoh ve North, 2010; North vd., 1999). Bu yüzden özellikle gıda işletmeleri müziği hem sembolik yönü hem etnik yönü hem de türüne göre özenle seçmelidir. Ayrıca Spence ve Wang’a göre müzik algılanan asitliği, tatlılığı, meyveliliği, burukluğu ve şarabın süre algısını etkilemektedir. Dolayısıyla işitsel ipuçları tat

ve aroma algısını etkilemektedir (Knöferle ve Spence, 2012). Hatta ses tonu ve yiyecekler arasında bile bağlantı vardır. Kalın ses tonu bir çikolatanı bitter olarak algılanmasını sağlarken ince ses tonu ise aynı çikolatanın sütlü olarak algılanmasını sağlayabilir (Özata Şahin, 2020). Bunun yanı sıra hüzünlü-alçak tondaki müziklerden sonra yenen tatlılar, melodik yüksek tondaki müziklerden sonra yenen aynı tatlılara göre daha az tatlı olarak algılanmaktadır (Crisinel vd., 2012). Yüksek perdeli tek notalar ekşilik algısı yaratırken düşük perdeli notalar acı ile eşleştirilmektedir (Crisinel ve Spence, 2009). Bu sebeple yemek sunumu yapan işletmeler, sundukları yiyecek türüne uygun nota ve ses tonu seçimi yapmalıdır.

Perakende ortamları arasında, müzik ambiyansı hem restoran hem de mağaza yöneticileri tarafından kolayca manipüle edilebilir ve kontrol edilebilir. Dahası, restoran ve mağaza yöneticilerinin arka plan müziğini temel işitsel parametrelerden (ör. perde, tempo) ziyade türlere göre seçmesi daha anlaşılır görünmektedir. Çoğunlukla tatlı yiyecekler satan restoran ve mağazaların (dondurma salonu vb.) klasik müzik seçmesi iyi olabilir (örneğin, Jesu, J.S. Bach'ın Joy of Man's Desiring'i gibi). Bu arada çoğunlukla sağlıklı tuzlu yiyecekler (örneğin sebzeli sandviç) satan restoran ve mağazalar için klasik veya caz çalmak diğer türlere göre daha iyi olabilir. Ayrıca çoğunlukla sağlıksız tuzlu yiyecekler (örneğin, etli sandviç) satan restoran ve mağazaların caz, hip-hop veya rock/metal çalmaları avantaj yaratabilir ve klasik müzik çalmaktan kaçınmaları önerilir. Ayrıca belirli müzik türlerinin çalındığı festivallerde veya etkinliklerde (örneğin, rock festivali, caz festivali, klasik konser) etkinlik planlayıcıları menü seçeneklerini buna göre tasarlayabilir. Bunun yanı sıra gıda reklamlarındaki seslerin bu unsurlara göre optimize edilmesi işletmeler açısından avantaj sağlayabilir (Motoki vd., 2022). Ayrıca bazı araştırmalardan önemli bulgular olarak şunlar sıralanabilir: Belirli fonetik

özellikler (örneğin marka adları) belirli zevklerle eşleşir (Spence, 2012). Müzikal olmayan bir fon müziğinin sonik özelliklerini değiştirmek, tüketicilerin gıda ürünlerine ilişkin tat algılarını değiştirebilir (Crisinel vd., 2012). Carl Orff'un Carmina Burana'sı ve Michael Brook'un Slow Breakdown'ı gibi müzik parçaları, tüketicilerin aynı şarabın tadını bahsi geçen ilk müzik parçası ve benzerlerinde daha "güçlü ve ağır" olarak, ikincisi ve benzerlerinde ise daha "yumuşak ve daha ağır" olarak değerlendirmelerine yol açabilmektedir (North, 2012). Dolayısıyla lokantalar, seçeceği müzik türünü (klasik müzik, hip-hop, caz, rock/metal vs.) odaklanılan ürün türüne uygun olarak belirlemelidir.

Bir dizi ürünün örneklenmesini içeren tüketici ortamlarında arka plan müziğinin ayırt edici bir şekilde kullanılması, pazarlamacılara müziğin ürün değerlendirme ve seçimi üzerindeki etkisini en üst düzeye çıkarmada yardımcı olabilir (Ziv, 2018).

KAYNAKÇA

- Akıllıbaş, E. (2019). Beş Duyunun Pazarlama Algısındaki Gücü. Akademik İzdüşüm Dergisi, 4 (1) , 97-124.
- Burdach, K.J., Kroeze, J.H.A., Köster, E.P., 1984. Nasal, retronasal and gustatory perception: An experimental comparison. Perception and Psychophysics 36: 205-208.
- Calvert G A, Spence C, Stein B E (Eds), 2004 The Handbook of Multisensory Processes (Cambridge, MA: MIT Press).
- Canan, S. (2018). Değişen Beynim, TutiKitap, İstanbul.
- Ceylan, H. H. (2013), Algı Haritaları ve Marka Konumlandırma: Dizüstü Bilgisayar Markaları Üzerine Bir Çalışma, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2013, 6/3, ss.132-147.

- Crisinel, A.S. and Spence, C. (2009), "Implicit association between basic tastes and pitch", *Neuroscience Letters*, Vol. 464 No. 1, pp. 39-42.
- Crisinel, A.-S., Cossier, S., King, S., Jones, R., Petrie, J. and Spence, C. (2012), "A bittersweet symphony: systematically modulating the taste of food by changing the sonic properties of the soundtrack playing in the background", *Food Quality and Preference*, Vol. 24 No. 1, pp. 201-204.
- Driver J, Spence C, 2000 "Multisensory perception: Beyond modularity and convergence" *Current Biology* 10. 731-735.
- Dubé, L. and Morin, M. (2001), "Background music pleasure and store evaluation: intensity effects and psychological mechanisms", *Journal of Business Research*, Vol. 54 No. 2, pp. 107-113.
- İlter, D. (2010), *Yaratıcı Stratejide Duyularla Marka Parçalama*, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi.
- Knöferle, K. and Spence, C. (2012), "Crossmodal correspondences between sounds and tastes", *Psychonomic Bulletin & Review*, Vol. 19, pp. 992-1006.
- Kontukoski, M., Luomala, H., Mesz, B., Sigman, M., Trevisan, M., Rotola-Pukkila, M. and Hopia, A.I. (2015), "Sweet and sour: music and taste associations", *Nutrition & Food Science*, Vol. 45 No. 3, pp. 357-376.
- Mesz, B., Trevisan, M. A., & Sigman, M. (2011). The Taste of Music. *Perception*, 40(2), 209–219.
- Meyers-Levy, J., Bublitz, M.G. and Peracchio, L.A. (2010), "The sound of the marketplace: the role of audition in

- marketing”, in Krishna, A. (Ed.), *Sensory Marketing: Research on the Sensuality of Products*, Routledge, New York, NY, pp. 137-156.
- Michel, C., Velasco, C., Fraemohs, P., & Spence, C. (2015). Studying the impact of plating on ratings of the food served in a naturalistic dining context. *Appetite*, 90, 45–50.
- Motoki, K., Takahashi, N., Velasco, C. & Spence, C. (2022). Is classical music sweeter than jazz? Crossmodal influences of background music and taste/flavour on healthy and indulgent food preferences, *Food Quality and Preference*, Volume 96. 104380. 1-11.
- North, A. C., Hargreaves, D. J., & McKendrick, J. (1999). The influence of in-store music on wine selections. *Journal of Applied Psychology*, 84(2), 271–276.
- North, A. C., Shilcock, A., & Hargreaves, D. J. (2003). The Effect of Musical Style on Restaurant Customers’ Spending. *Environment and Behavior*, 35(5), 712–718.
- North, A.C. (2012), “The effect of background music on the taste of wine”, *British Journal of Psychology*, Vol. 103 No. 3, pp. 293-301.
- North, A.C., Sheridan, L.P. and Areni, C.S. (2016), “Music congruity effects on product memory, perception and choice”, *Journal of Retailing*, Vol. 92 No. 1, pp. 83-95.
- Onar, C. (2018), *Duyusal Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Sürecine Etkisi İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Working Paper Series, Tartışma Metinleri*.
- Özata Şahin, E. (2020). Güncel Bir Yaklaşım- Nörogastronomi: Science Direct Veri Tabanında Yayınlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Special Issue (4): 168 -178.

- Rhind, J. P. ve Law, G. (2018). *Cooking For the Senses: Vegan Neurogastronomy* Jessica Kingsley Publishers; Singing Dragon. London and Philadelphia.
- Shepherd, M. G. (2006). Smell Images and the Flavour System in The Human Brain. *Nature Publishing Group*, (444) 7117: 316- 321.
- Spence, C. (2012), “Managing sensory expectations concerning products and brands: capitalizing on the potential of sound and shape symbolism”, *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 22, No. 1, pp. 37-54.
- Spence, C. and Shankar, M.U. (2010), “The influence of auditory cues on the perception of, and responses to, food and drink”, *Journal of Sensory Studies*, Vol. 25, pp. 406-430.
- Spence, C., Wang, Q. (2015). Wine and music (II): can you taste the music? Modulating the experience of wine through music and sound. *Flavour* 4 (33), 1-14.
- Şengül, A., & Adabalı, M. M. (2023). Nörogastronominin Duyular ve Lezzet ile İlişkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(7), 934–951.
- Wang, Q. & Spence, C. (2016). ‘Striking a Sour Note’: Assessing the Influence of Consonant and Dissonant Music on Taste Perception. *Multisensory Research*, 29(1-3), 195-208.
- Yaparel, C. & Elmacı, Y. (2016). Tat-Koku İnteraksiyonları. *Akademik Gıda*, 14 (2), 218-224.
- Yeoh, J. P. S., & North, A. C. (2010). The effects of musical fit on choice between two competing foods. *Musicae Scientiae*, 14(1), 165–180.
- Ziv, N. (2018). Musical flavor: the effect of background music and presentation order on taste. *European Journal of Marketing* , Cilt. 52 No. 7/8, s. 1485-1504.

THE CAUSES, CHARACTERISTICS, AND TYPES OF ECONOMIC CRISES¹

Yusuf KALKAN²

1. INTRODUCTION

Economic crises have serious negative effects on the economies of countries. Devaluation of national currencies, problems in the currency and capital markets, foreign capital inflows, and balance of payments issues are among the most significant drawbacks of crises. Crises not only have economic consequences but also affect the social sphere. Increasing unemployment, parallel to the decrease in real wages and production, is among the social dimensions of crises.

Economic crises can lead to various problems in the areas of economic growth, foreign trade, and employment in both developed and developing countries due to the economic and trade connections between countries. The degree to which the crisis affects countries can vary from one country to another and from one company to another. From an investor's perspective, economic crisis periods have been the most challenging times when making investment decisions.

Throughout history, both globally and in our country, economic crises have been encountered. For this reason, understanding the causes, characteristics, types, effects, and

¹ This study is derived from the master's thesis titled "The Effects of Economic Crisis on the Financial Structure of Businesses in Which Developed and Developing Countries: England-Turkey Comparison."

² Asst. Prof. Dr., Gumushane University/KADMYO/Accounting and Tax Department, e-mail: yusufkalkan@gumushane.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4246-8624.

possible solutions of crises will enable individuals, businesses, and societies to be better prepared for crises.

2. CONCEPT OF ECONOMIC CRISIS

Crisis is defined as a period of difficulty, turmoil, or distress in the life of a society or organization within a country or between countries (Aktan & Şen, 2002). According to another definition, crisis generally refers to severe fluctuations occurring beyond an acceptable threshold in the prices and quantities of goods, services, production factors, or financial markets (Kibritçioğlu, 2001).

Crises have many types and variations, including economic crises, unemployment crises, marginalization crises, rural crises, demographic crises, social security crises, social crises, value crises, political crises, state crises, governance crises, ideological crises, public service and investment crises, external debt crises (Kotil, 1998).

The concept of an economic crisis is sometimes used in conjunction with the terms recession and depression. Recession refers to a mild and short-term contraction of economic activity. Depression, on the other hand, signifies a severe and prolonged stagnation in economic activity (Demirci, 2011). However, some groups have defined terms like recession, depression, stagnation, and inflation as economic crises (Yazıcı, 2009).

The International Monetary Fund (IMF) has defined the concept of an economic crisis based on the distinction between developed and developing countries. For developed countries, a crisis is characterized by a decline in consumer demand, reduced investments, increased unemployment, and ultimately a decrease in the level of prosperity. In developing countries, however, a crisis is divided into two categories: internal and external.

External economic crises lower the prices of export goods, increase the prices of imported goods, and halt foreign capital inflows. In internal economic crises, the money supply in the market increases rapidly, budget deficits grow, and interest rates rise quickly (Lipsky, 2008).

3. CHARACTERISTICS OF ECONOMIC CRISES

For any situation to be considered a crisis, it must possess the fundamental elements or characteristics of a crisis. Crises are unforeseen or unpredicted adverse developments that occur suddenly and unexpectedly. They pose dangers and threats to individuals and organizations while simultaneously creating new opportunities. They can be of short or long duration. Another characteristic of crises is their ripple effect; a crisis that emerges in one sector can affect other sectors as well (Aktan, 2002).

4. CAUSES OF ECONOMIC CRISES

The causes of economic crises can be divided into two: extra-organizational reasons and intra-organizational reasons. Various factors that cause crisis within the organization can be grouped under four main headings:

- Liquidity Shortage: Cash shortage, difficulties in collecting receivables.
- Ineffective Financial Management: Insufficient auditing, irregularities in the financial statement, ineffective financial management.
- Organizational Structure: Disruptions in production and service, excessive growth, hierarchical structure, centralization.
- Ineffective Leadership: Lack of planning, coordination, vision, and communication.

The reasons that may come from outside the organization can be categorized under four main headings:

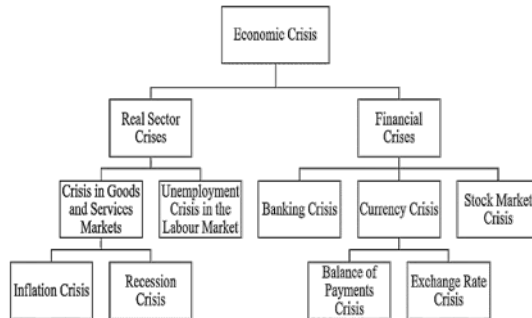
- Ecological Change and Natural Disasters: Climate disturbances, earthquakes, floods.
- Technological Change: Innovations, information technology, communication technology, biotechnology.
- Economic Change: Insufficient demand or supply, regionalization, globalization, intense competition, economic liberalization, deregulation, increasing tax rates, hyperinflation.
- Political Change: Political instability, government crisis, military coup (Aktan, 2002).

An economic crisis is a complex phenomenon that can have many causes. Among the possible reasons for the crisis, there may also be issues unrelated to the market's malfunction, such as problems arising from its excessive efficiency (Akman, 2010).

5. TYPES OF ECONOMIC CRISES

When examined in terms of their formation and impacts, economic crises are observed to occur in different ways from each other. Basic macroeconomic crises can be classified as shown in Figure 1.

Figure 1. Classification of Basic Macroeconomic Crises



As seen in Figure 1, macroeconomic crises are categorized under two main headings: real sector crises and financial crises. There is a close and mutual interaction between real economic stability and financial stability. In the event of a setback in the real sector, it is believed that this will somehow affect the financial markets, or the difficulties experienced in the financial markets will eventually impact the real sector (Pamir, 2009).

5.1. Real Sector Crises

These types of crises occur when there are significant contractions in quantities in the markets for goods, services, and labor, which means in production and employment. Extraordinary fluctuations with positive and negative shock effects caused by supply and demand-related factors, such as inflation, deflation, and recession, constitute the real sector crises (Bilge, 2009).

In an economy, it is observed that fluctuations in the volume of economic activity occasionally lead to crises (Çubukcu et al., 2010). In economics, these fluctuations are referred to as "business cycle fluctuations." Generally, the business cycle fluctuations in an economy consist of four phases: prosperity, contraction, depression, and recovery. The prosperity phase is the stage during the business cycle when the existing production capacity is utilized to the fullest, and both employment and gross national product reach their highest levels. The contraction phase is a period when investments begin to decline, and unused production capacity starts to increase. The depression phase is the stage when economic activity reaches its lowest point. During this stage, capacity utilization and employment levels hit their lowest points, business profits decline, and many firms incur losses. The recovery phase, on the other hand, is the revival of economic activities due to an increase in demand (Görmezöz, 2007).

Real sector crises are divided into two categories: the crisis in the markets for goods and services, and the unemployment crisis in the labor market.

5.1.1. Crises in Goods and Services Markets

The causes of these crises can be attributed to supply and demand fluctuations in the goods and services markets, as well as changes in prices, quantities, and preferences (Bilge, 2009). Crises in goods and services markets are further divided into inflation and recession crises.

Inflation Crisis: Inflation refers to "currency expansion, excessive increase, bloating, and costliness." In economic terms, inflation crises are characterized by sustained and significant increases resulting from an excess growth of the money supply relative to the quantity of goods and services in the economy. To speak of inflation in an economy, price increases and the depreciation of currency value must be continuous.

Inflation is seen to originate from three main reasons: demand inflation, cost inflation, and inflation expectations. Demand inflation typically arises when the total supply cannot meet the total demand, often accompanied by an increase in the money supply. Cost inflation occurs as a result of rising costs for all types of materials and labor used in production, leading to price increases. As long as expectations are in favor of inflation not increasing, both demand and cost inflation will not continue to rise. Conversely, when expectations change, behavior adapts accordingly, and inflation rises (The Central Bank of the Republic of Turkey, 2004). Additionally, factors contributing to inflation may include increased public spending, continuous foreign exchange rate hikes, long-term political instability in the country, and a lack of sufficient public trust in the government's willingness and ability to reduce inflation (Kibritçioğlu, 2001).

We can list the effects of inflation as follows: During inflationary periods, interest rates rise, nominal wages increase while real wages decrease, imports increase, and exports and investments decrease. As a result of these effects, a crisis environment emerges (Özkan, 1990).

Recession Crisis: Recession is a term used in economics to describe periods of stagnation in economic activities. Recession generally refers to a decline in the total production, a contraction of production activities, and a loss of vitality in economic life. Recession crises are characterized by growth contractions resulting from the failure of price increases to stimulate investments in new goods and services production (Yücel & Kalyoncu, 2010). In an economy experiencing a recession, economic expansion slows down and gradually turns negative. Employment starts to decline, unemployment increases, and there is a slowdown in the overall price increases in such an economy. These conditions influence consumers' savings and spending preferences (Arıkan, 2008). During a recession, consumers tend to tighten their belts, while businesses, on the contrary, develop strategies to increase demand and discourage consumers from saving (Cundiff, 1975).

5.1.2. Unemployment Crisis in the Labor Market

Another real crisis, the unemployment crisis, can be defined as the situation where unemployment rates in the labor market exceed acceptable levels. Unemployment is a phenomenon that arises from a portion of individuals who are capable of working but cannot find employment, and therefore involuntarily become unemployed (Ünsal, 1999).

During a crisis phase, the downsizing of firms and an increase in bankruptcies become factors that exacerbate unemployment. Consequently, demand decreases further, contracting the economy. As production decreases, national

income declines, and as national income declines, unemployment increases. Increasing unemployment leads to a decrease in wage incomes, and the reduction in wage incomes results in a decrease in total demand. When total demand decreases, investment, production, and employment will decrease again, leading the economy into a crisis (Kar & Taban, 2006).

5.2. Financial Crises

Financial markets can be defined as a structure consisting of institutions regulating the flow of funds between users and suppliers of funds in a country, the instruments and tools facilitating this flow, and the legal and administrative rules governing them (IMKB, 2008).

Financial crises arise as a result of the inability of financial markets to efficiently transform funds into productive investments (Mishkin, 1996). Financial sector crises are characterized as severe economic problems resulting from sharp fluctuations in prices and quantities in financial markets or an increase in non-performing loans in the banking sector. A financial crisis is also defined as the sudden, sharp, and clear deterioration of most or all financial indicators, including short-term interest rates, asset prices, payment disruptions, and the insolvency of financial institutions (Balı & Büyükşalvarcı, 2011).

In terms of predicting crises in advance, despite some past crises having limited functions, they share certain common determining features. Financial crisis indicators can be listed as follows:

- **Debt Profile:** Short-term debts, public sector external debt, total external debt, and the distribution of debt by interest and creditor are included.
- **Capital Accounts:** Capital movements encompass international reserves, short-term capital flows, foreign

direct investment, differences in domestic and international interest rates.

- International Variables: Interest rates, real growth, and price levels are covered.
- Current Account: The current account balance, trade balance, exports and imports, export price indices, savings, and investments are included.
- Financial Liberalization: Encompasses changes in the money multiplier, credit growth, real interest rates, and the difference between bank borrowing and deposit interest rates.
- Real Sector: It covers changes in real Gross Domestic Product (GDP) growth, production, wages, stock prices, employment and unemployment, and production deficits.
- Budget Variables: It includes budget deficit, government expenditures, and credits to the public sector.
- Institutional-Structural Factors: It includes foreign exchange controls, the period of fixed exchange rate regime, and financial liberalization.
- Political Variables: It encompasses variables such as political instability, elections.
- Other Financial Variables: It includes the gap between money demand and supply, bond yields, inflation rate, shadow exchange rate, and the central bank's credit extended to the banking sector (Kaminsky, Lizondo & Reinhart, 1997).

Mishkin (2001) has focused on four significant factors leading to financial crises. These include deterioration in the financial sector's balance sheets, increases in interest rates, rising uncertainty, and the deterioration of non-financial firm balance sheets due to changes in asset prices. The formation of a financial

crisis can result from factors such as the exchange rate policy in place, bank failures, and inadequacies in market liquidity. Another cause of financial crises is the observed significant increase in speculative investments alongside an optimistic sentiment preceding the crisis.

In developed countries, longer maturities, borrowing in local currency, and central bank liquidity provision through open market operations can help mitigate financial crises. In this context, among the primary measures to be taken in developing countries to guard against financial crises are financial liberalization, reducing instability in foreign exchange markets, restricting short-term capital inflows, and preventing moral hazard (Stiglitz & Weiss, 1981).

5.2.1. Types of Financial Crisis

Financial crises are subject to a fourfold classification, including crises caused by macroeconomic policies, financial panics, bursting of financial bubbles, and moral hazard crises (Radelet & Sachs, 2000). In another classification, crises can be categorized as private-public and banking-company crises, current account and budget imbalances, asset-liability mismatches, liquidity crises, and insolvency crises (IMF, 2002). According to the widely accepted approach, financial crises observed in emerging markets can be broadly grouped into four categories: money crises, banking crises, external debt crises, and systemic crises (Delice, 2003).

Money Crises: A money crisis is referred to when speculative attacks on a currency lead to a rapid depreciation of its value within a short period, forcing a country to defend its currency with significant losses in foreign exchange reserves or a rapid increase in interest rates. Money crises can arise from speculative attacks, a collapse in domestic asset markets, an increase in short-term foreign debt denominated in foreign

currency, excessive currency overvaluation, or a policy preference to abandon a fixed exchange rate system (Milesi, Gian, & Razin, 2000). The most notable characteristic of money crises is the destructive impact brought about by the contagion mechanism, which was vividly evident in the Southeast Asian crisis (Özer, 1999).

Banking Crises: Banking crises refer to the situation where commercial banks face liquidity shortages and subsequently go bankrupt due to an inability to extend the maturity of their debts or meet sudden withdrawal demands from demand deposits. Banking crises tend to be of longer duration than money crises and have a more severe impact on the volume of economic activity. The lack of confidence in the banking system and the presence of a weak banking system lead to the gradual failure of banks over time. The contraction in bank loans reduces investments and consumption by firms and households by reducing their capital (Altıntaş, 2004).

External Debt Crises: External debt crises are the situation where a country cannot pay its public or private external debts. Debt crises occur when the borrower cannot repay its debts, and creditors, anticipating the possibility of non-payment, refrain from providing new loans and attempt to recover existing ones. When a country cannot repay its debts, it is referred to as a government default. Devaluation and default can be deliberate decisions by the government, but they are generally perceived as unintended consequences resulting from a change in investor sentiment, leading to a sudden halt in capital inflows or capital flight (Balı & Büyükşalvarcı, 2011).

Systemic Crises: Systemic crises can be defined as shocks occurring within the financial system that disrupt important functions such as asset valuation, credit allocation, and payments. While systemic crises may involve money crises, money crises

do not always lead to systemic financial crises. Systemic financial crises are severe financial disruptions that significantly impact the real economy by hindering the effective functioning of financial markets (Marshall, 1998). These crises can arise from the structure and volatility of economic, political, and social factors (Başığit, 2010).

5.2.2. Financial Crisis Models

There are numerous theoretical models developed to explain real and financial crises. However, these models are not universally explanatory for all types of crises because, despite some commonalities among them, no two crises are exactly alike. Models that focus on different aspects of crises can be categorized into four main groups: first-generation crisis models, second-generation crisis models, third-generation crisis models, and heterodox financial crisis models (Delice, 2003).

First-Generation Crisis Models: The first-generation models, initially proposed by Krugman in 1979 and further developed by Flood and Garber in 1984, attribute money crises to structural imbalances in macroeconomic policies. These models suggest that financial crises arise from the inconsistency between fundamental imbalances in economic policies and the maintenance of a fixed exchange rate. According to Paul Krugman's model, countries with a fixed exchange rate system and continuous budget deficits tend to finance their deficits by continually and uncontrolled printing of money. At the same time, the exchange rate is pegged through direct intervention in the foreign exchange market. Therefore, in addition to the capital loss caused by the outflow of foreign capital from the country, the trade deficit resulting from the fixed exchange rate regime also leads to a loss of reserves. In an economy slowly losing its reserves, the likelihood of the problem turning into a crisis increases over time (Bastı, 2006).

Second-Generation Crisis Models: In response to the first-generation financial crisis models' inability to explain the 1992 European Money Crisis and the 1994 Latin American Crisis, new theories emerged, categorized as second-generation models. Second-generation financial crisis models emphasize that due to the conflict between maintaining a fixed exchange rate and certain important economic indicators, policymakers may prefer not to resist speculative attacks and may choose to let the exchange rate float. In short, this model assumes that the crisis is a political choice. In other words, the dilemma between the government's desire for devaluation and its simultaneous desire to maintain a fixed exchange rate leads to speculative attacks on the country's currency. However, issues such as unemployment and economic contraction in developing countries create pressures on governments, and even when the central bank's foreign exchange reserves are sufficient to defend the exchange rate, a speculative attack can force governments to either devalue their national currency or switch to a floating exchange rate regime (Pesenti & Tille, 2006).

Third-Generation Crisis Models: The Asian Crisis that affected all developing countries in Southeast Asia in 1997 and subsequently spread to other countries outside the region invalidated the assumptions put forth in first and second-generation financial crisis models. As a result of increasing financial market integration, third-generation crisis models are based on the fact that instability or a crisis in one country's financial market can trigger a crisis elsewhere that cannot be explained by macroeconomic fundamentals (Agenor, Bhandari & Flood, 1992). When explaining simultaneous crises in different countries, it is argued that countries carry similar vulnerabilities internally, leading them to be shaken by common shocks (Krugman, 1998). In third-generation crisis models, an increase in interest rates affects the quantity of credit and limits firms'

access to financial capital. The content of the third-generation crisis model is characterized by contagion effects. Crises can spread through financial interdependence between countries, competition among countries in a market, and investors adopting a common investment strategy (Fratzscher, 2002).

Heterodox Financial Crisis Models: In the economic literature, first, second, and third-generation financial crisis models constitute the traditional crisis models. It has been observed that traditional approaches were inadequate in explaining the 2008 global financial crisis. According to heterodox crisis models, the finance-expenditure relationship is not only an exacerbating factor of instability in a capitalist economy but also the source of instability itself. Concepts such as excessive indebtedness resulting from debt accumulation, financial fragility observed in the banking sector, debt deflation, systemic risk, are fundamental elements of these models. During periods of economic growth, the rapidly increasing bank loans and debt accumulation in the non-financial sector due to the instinctual behavior of market participants in the form of excessive optimism increase the credit risk of banks and the fragility of the financial system. In other words, the fundamental cause of the crisis is the wave of excessive optimism resulting from the instinctual behavior of market participants and the credit boom it leads to (Işık, Duman & Korkmaz, 2004).

6. CONCLUSION AND EVALUATION

Economic crises have significant and diverse effects on individuals, businesses, governments, and societies. Understanding the signs and causes of an economic crisis can help take preventive measures, mitigating or even preventing its impact. When businesses understand economic crises, they can be better prepared, use their financial resources more efficiently,

and revise their business strategies. They can take steps such as cost reduction, developing alternative sales and marketing strategies, or focusing on new markets. Individuals and investors can make more informed investment decisions, taking into account the potential effects of crises. Governments can implement policy measures to mitigate the effects of economic crises or accelerate recovery.

Economic crises offer important lessons in economic management and policy-making. Understanding the causes and consequences of past crises serves as a knowledge base for preventing future crises or managing them more effectively. Additionally, crises present opportunities for developing risk management and crisis management strategies. Tracking economic events and crises is critical for maintaining personal and societal financial health. Individuals and businesses should become more financially literate. Determining the societal impacts of crises requires strengthening social support systems and giving greater emphasis to social assistance during crisis periods. Measures to be taken against economic crises may vary depending on personal or business conditions. In any case, being prepared for a crisis and managing one's financial situation carefully is essential.

KAYNAKÇA

- Agenor, P. R., Bhandari, J. S. & Flood, R. P. (1992). Speculative attacks and models of balance of payments crises. IMF Staff Papers, 39 (2).
- Akman, C. (2010). 2008 küresel ekonomik krizine tarihsel ve teorik açıdan bir yaklaşım. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aktan, C. C. & Şen, H. (2002). Ekonomik kriz: Nedenler ve

- çözüm önerileri. Yeni Türkiye Dergisi, 2(42), 1225-1230.
- Altıntaş, H. (2004). Bankacılık krizleri nedenleri ve ekonomik maliyetleri. Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi, 22, 39-61.
- Arıkan, A. N. (2008). Amerika Birleşik Devletlerindeki mali kriz ve petrol fiyatlarındaki değişimler: Nedenleri ve sonuçları. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayını, 383.
- Balı, S. ve Büyükaşvalı, A. (2011). Finansal krizler tarihi (2. Basım). İstanbul: Çatı Kitapları.
- Bastı, E. (2006). Kriz teorileri çerçevesinde 2001 Türkiye finansal krizi: Krizin finans sektörünün verimliliğine ve etkinliğine etkileri (1.Basım). Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu.
- Başığit, M. Z. (2010). 2008 küresel finansal krizinin Türk bankacılık sektörüne etkileri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Bilge, O. (2009). Ekonomik Krizlerin Yoksulluk Üzerine Etkileri. Sosyal yardım uzmanlık tezi, Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma Ve Dayanışma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Çubukcu, F., Naycı, Ö., Akpınar, S. & Ayyıldız, A. (2010). Yerel ve global krizlerin dış ticaretimiz üzerine etkileri: Karşılaştırmalı bir analiz. MYO-ÖS 2010- Ulusal Meslek Yüksekokulları Öğrenci Sempozyumu.
- Cundif, E. W. (1975). What is the role of marketing in a recession?. Journal of Marketing, 39(2), 1-3.
- Delice, G. (2003). Finansal krizler: Teorik ve tarihsel bir perspektif. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20, 57-81.
- Demirci, S. (2011). Krizler ve mortgage. Akademik Araştırmalar

Dergisi, (49), 57-78.

Fratzscher, M. (2002). On currency crises and contagion. European Central Bank Working Papers, (139), 10-16.

Görmezöz, G. (2007). Türkiye ekonomisinde yaşanan dalgalanmaların istihdam üzerindeki etkisi ve olumsuz etkilerin azaltılmasına yönelik önlemler. Yayınlanmamış uzmanlık tezi, Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.

IMF. (2002). Eye of the storm: New-Style crises prompt rethink about prevention and resolution measures. Finance & Development, IMF. 4-7.

Işık, S., Duman, K. ve Korkmaz, A. (2004). Türkiye ekonomisinde finansal krizler: Bir faktör analizi uygulaması. Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 19(1), 45-69.

İMKB (2008). Piyasa Kavramları, Çeşitleri, Özellikleri. Web: http://www.imkb.gov.tr/Libraries/Egitim_Setleri/piyasa_kavram%C4%B1.sflb.aspx adresinden 3 Mayıs 2012’ de alınmıştır.

Kaminsky, G., Lizondo, S. ve Reinhart, C. M. (1997). Leading indicators of currency crises. IMF Working Paper, 1-46.

Kar, M. ve Taban, S. (2006). Ekonomik kriz öncesi erken uyarı sistemleri, makale derlemesi: kriz erken uyarı sinyalleri olarak reel ekonomi göstergeleri. İstanbul: Arıkan Yayınları.

Kibritçiöğlu, A. (2001). Türkiye’de ekonomik krizler ve hükümetler, 1969-2001. Yeni Türkiye Dergisi, 1(41), 174-182.

Kotil, A. (1998). Toplum krizleri tasnif denemesi ve Türkiye’deki kriz. İktisat Dergisi, 384, 44-57.

- Krugman, P. (1998). Currency Crises. Web: <http://web.mit.edu/krugman/www/crises.html> adresinden 31 Mart 2012' de alınmıştır.
- Lipsky, J. (2008). The global economy and financial crisis. IMF, 2-4.
- Marshall, D. (1998). Understanding the Asian crises: Systemic risk as coordination failure. Economic Perspectives. Federal Reserve Bank of Chicago 3Rd Quarter.
- Mishkin, F.S. (1996). Understanding financial crises: A developing country perspective. Annual World Bank Conference on Development Economics. The World Bank. 29-62.
- Mishkin, F.S. (2001). Financial Policies and the prevention of financial crises in emerging market countries. NBER Working Paper Series, 8087.
- Milesi, F., Gian, M. ve Razin, A. (2000). Current account reversals and currency crises: Empirical regularities in currency crises. In Paul Krugman (Ed.). The University of Chicago Press. Chicago and London: 285-323.
- Özkan, S. (1990). Türkiye ekonomisinde enflasyon. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özer M. (1999). Finansal krizler, piyasa başarısızlıkları ve finansal istikrarı sağlamaya yönelik politikalar. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1096.
- Pamir, C. (26 Ekim 2009). Finans piyasaları ve reel sektör ayrışması. Bursa Hakimiyet.
- Pesenti, P. ve Tille, C. (2006). The economics of currency crises and contagion: An introduction. Web: <http://www.newyorkfed.org/research/epr/00v06n3/0009>

pese.pdf. adresinden 31 Mart 2012' de alınmıştır.

Radelet, S. ve Sachs, J. (2000). The onset of the east asian finacial crisis in currency crises. In Paul Krugman (Ed.). The University of Chicago Press. Chicago and London: 105-153.

Stiglitz J. E. ve Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. The American Economic Review. 71. (3). 393-410.

The Central Bank of the Republic of Turkey. (2004). Enflasyon. Web: <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/evds/yayin/kitaplar/enflasyon.pdf> adresinden 2 Mayıs 2012' de alınmıştır.

Ünsal, E. M. (1999). Makro iktisat (2. Baskı). Ankara: Kutsan Ofset Matbaacılık.

Yazıcı, D. C. (2009). Küresel Mali Kriz ve Türk Ekonomisine Etkisi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yücel, F. & Kalyoncu, H. (2010). Finansal krizlerin öncü göstergeleri ve ülke ekonomilerini etkileme kanalları: Türkiye örneği. Maliye Dergisi, 159, 53-69.

TÜRKİYE'NİN EN DEĞERLİ MARKALARI LİSTESİNDE YER ALAN İŞLETMELERİN MARKA DEĞERLERİ İLE PİYASA DEĞERLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Ahmet KARACA¹

1. GİRİŞ

Başarı faktörü bireyler, işletmeler ve ülkeler açısından fark edilmeyi ve ön plana çıkmayı ziyadesiyle hak eden bir değer olmuştur. İşletmeler küresel çapta kabul görmüş değerler listesinde yer almak adına, yüklenmiş oldukları sorumlulukları büyük gayretlerle yerine getirme zorunluluğunun farkına varmıştır. İşletmeler açısından başarılı olmak ve varlıklarını devam ettirmek 21. Yüzyılda sadece uzun vadede yüksek karlar ile değil aynı zamanda sosyal sorumluluk ve çevreye dönük yatırımlarla desteklendiği sürece mümkün görünmektedir. Bu çalışma başarılı işletmeleri hem yatırımcılar ve paydaşlar açısından hak ettikleri değere ulaşmalarını sağlamak hem de temsil ettikleri ülkenin değerini arttırmayı teşvik etmek amacıyla Türkiye'nin en değerli 100 markası listesinde yer alan işletmeleri konu almaktadır. Yatırımcıların, ortakların ve kredi kurumlarının şirket değerlemelerinde baz aldıkları önemli bir değişken de piyasa değeridir. Piyasa değeri işletmelerin borsa başarısının yanında beklentilerin yönü hakkında da bilgi sağlayan bir göstergedir. Son zamanlarda işletmelerin marka değerleri ve piyasa değerleri birincil sermayeleri olarak görülmektedir. Kim

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Pamukkale Üniversitesi, akaraca@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8556-7337

ve Kim (2003), Finansçılar piyasa değeri ve marka değerinin son yıllarda öz kaynak olarak kullanılmaya başlandığını belirtmektedirler (Şenol vd., 2019: 340).

Türkiye'nin en değerli markalar listesi 2007 başlangıç noktasından sonra en düşük değer toplamı 2021, 2022 ve 2023 olmak üzere üst üste son 3 yıldır devam etmektedir. Uzun bir dönem durağan bir şekilde 23 – 35 milyar dolar arasında seyreden 100 markanın toplam değeri zayıf Türk Lirası'nın etkisiyle giderek azalmaktadır. Marka Gücü, markanın gelecekte değer üretebilme kabiliyetini göstermektedir. Hasılat artışı ve marka gücü marka değerini etkileyen iki temel unsurdur. Bu açıdan, markaların güçlerini arttırması için gerekli yatırımları yapması, paydaşlar nezdinde olumlu ve talebi harekete geçirici algı oluşturmaları ve oluşan algıyı finansal sonuçlara yansıtma başarısı göstermesi beklenmektedir. (Brand Finance Turkey 100 2023).

Bu çalışmada Türkiye'nin En Değerli 100 Markası listesinde yer alan işletmelerin 2012-2022 yıllarına ait marka değerleri ile piyasa değerleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırma için gerekli veriler Brand Finance Turkey 100 ve işletmelerin mali tablolarından elde edilmiştir. Elde edilen veriler dolar cinsinden değerlemeye alınarak analize uygun hale getirildikten sonra değişkenler arası ilişki panel veri analizi ile araştırılmıştır. Araştırma sonucunda işletmelerin marka değerleri ile piyasa değerleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur.

2. LİTERATÜR

Keller (1993), marka değerini, kullanıcıların belirli pazarlama faaliyetlerine verdikleri olumlu tepkiler olarak ifade etmiştir. Ayrıca, iyi bir marka değeri bilgisinin çeşitli pazarlama stratejileri ve kararları için, bir pazarlama faaliyetinin tüketicilerin sahip olduğu marka imajı ile satışlar üzerindeki

etkisini anlamak için yararlı olduğunu da belirtmiştir. Aaker'in (1991) çalışması esas olarak marka değerinin incelenmesine odaklanmıştır. Aaker (1991) çalışmasında pazarlama karması faktörlerinin marka değeri üzerindeki etkisinin hem fiziksel ürünler hem de hizmetler için işe yaradığını belirtmesine rağmen Shocker (1993), reklam dışındaki pazarlama karması faktörlerinin marka değeri üzerindeki etkisinin olmadığını savunmuştur. (Shocker, 1993; So ve King, 2010) Aaker'in (1991) çalışması hakkında marka sadakatinin, marka farkındalığının ve marka çağrışımlarının nasıl artırılacağı sorularını gündeme getirmişlerdir. Araştırmacılar ayrıca Aaker'in (1991) çerçevesinin daha çok bir sonuç ölçüm modeli olduğunu ve dolayısıyla modelin, marka denkliğini artırmak için marka yöneticilerinin hangi stratejileri (örneğin reklam, tanıtım veya hizmet alanı) uygulaması gerektiği konusunda yeterli bilgi olmadığını öne sürmüşlerdir. Keller (1998), A. Ray ve diğerleri paketleme, dağıtım kanalları gibi çeşitli süreçlerin marka bilgisine katkıda bulunarak marka değerini etkilediğini belirtmişlerdir (Ray vd.,2021).

Şenol vd., (2019) 2009–2016 dönemlerini kapsayan 27 firma örnekleminde, marka değeri ile firma değeri arasındaki ilişki Panel VAR yöntemi kullanarak araştırmışlardır. Araştırma sonucuna göre marka değerinin firma değerinin nedeni olduğunu, firma değerindeki değişimlerin marka değeri tarafından açıklandığını ve marka değeri ile firma değeri arasında zayıf bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Kerin ve Sethuraman (1998) Amerika Birleşik Devletleri'nde yürüttükleri çalışmalarında 1995 yılı için 58 işletme ve 1996 yılı için 55 işletmenin marka değeri ile borsa değeri (PD/DD) arasındaki ilişkiyi regresyon analizi ile incelemişlerdir. Araştırmalarının sonucuna göre marka değeri ile borsa değeri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (Aydingülü Sakalsız ve Çıldır, 2022).

Barth, Clement, Foster, ve Kasznik, Financial World dergisinin yayınladığı 1991-1996 yıllarına ait 1204 marka değeri ile işletmelerin finansal göstergeleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonucunda marka değeri ile hisse senedi fiyatları ve getirileri arasında ilişki olduğu bulgusuna rastlanmıştır. Çalışmada ayrıca marka değeri ile piyasa değeri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur (İşgör, 2011: 54).

Firmalar kurumsal markalama, marka evi ve karma markalama şeklinde üç tür markalama stratejisi sergilemekte veya ortaya koymaktadır. Bu stratejiler, temel yapıları ve firmaya olası maliyet ve faydaları bakımından farklılık göstermektedir. Araştırmacılar markalama stratejilerinin firmanın maddi olmayan değeriyle ilişkisini 113 ABD firmasından oluşan bir örneklem için beş yıllık verileri kullanarak araştırmıştır. Birkaç önemli ve ilgili faktörün etkileri kontrol edildikten sonra, kurumsal markalama stratejisinin Tobin q değerleriyle daha yüksek oranda ilişkili olduğunu ve karma marka stratejisinin Tobin q değerleriyle daha düşük oranda ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Kontrol değişkenlerinin ilişkileri önceki beklentilerle tutarlıdır (Rao vd., 2004).

Kallapur ve Kwan, İngiltere’de 33 firma için yaptıkları incelemede marka değeri ile hisse senedi fiyatları ve piyasa değeri arasındaki ilişkiyi doğrulamışlardır. 33 İngiliz firmasının marka varlıklarının değer geçerliliği ve güvenilirliği ile marka kapitalizasyon duyurusuna hisse senedi fiyatlarının tepkisi araştırıldığında marka varlıklarının değerle ilgili olduğu, yani piyasa değerleriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Marka bilinirliğinin ilk duyurusunu takip eden 21 gün boyunca hisse senedi fiyatının tepkisinin, tanınan marka değeriyle anlamlı derecede pozitif bir ilişki içinde olduğu görülmüştür.

Kim ve Kim (2003), marka değerinin altında yatan boyutları ve bunların otel firmalarının finansal performansını nasıl etkilediğini araştırmış, 12 lüks otelden toplanan verilerin kullanıldığı bu ampirik çalışmanın sonucunda, marka sadakatinin, algılanan kalitenin ve marka imajının tüketici temelli marka değerinin önemli bileşenleri olduğunu göstermiştir. İşletmeler, müşterilerin bakış açısından bir marka değeri oluşturmaya çalışırken marka sadakatini, algılanan kaliteyi ve marka imajını ciddi şekilde dikkate almaları gerektiğini anlamışlardır. Bu üç değişkeni (marka bağlılığı, marka bilinirliği ve marka imajını) oluşturan ayrıntılı ölçümler incelendiğinde, çoğu ölçümün otellerin finansal performanslarını etkilediği görülmektedir. Parametrik olmayan korelasyon analizi, tüketiciye dayalı marka değerinin otel endüstrisindeki bir firmanın finansal performansı üzerindeki etkisine dair oldukça ikna edici kanıtlar sağlamıştır.

3. VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin en değerli markaları listesinde yer alan işletmelerin marka değerleri ile piyasa değerleri arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır. Bu amaçla 2012-2022 dönemleri arası 13 İşletmenin marka değerleri Brand Finance'dan alınmıştır. İşletmelerin piyasa değerleri hisse senedi sayısı ile hisse senedi fiyatları çarpımı sonucu elde edilen değerler yıllık bazda dolar kurundan işleme alınmıştır. İşletmelerin ödenmiş sermayeleri Kamu Aydınlatma Platformu mali tablolarından elde edilmiştir. İşletmelerin marka değerleri ile piyasa değerleri arasındaki ilişki panel veri regresyon modeliyle analiz edilmiştir.

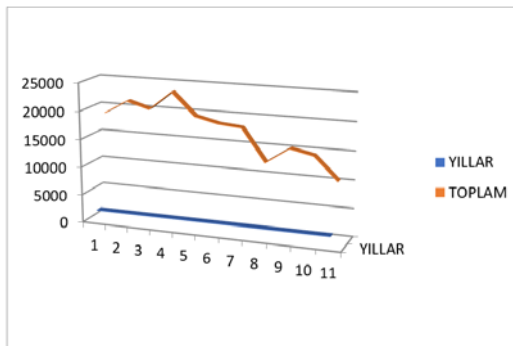
Tablo 1. Türkiye'nin En Değerli Markaları Listesinde Yer Alan İşletmelerin Marka Değerleri (Milyon \$)

YEARS / COMPANIES	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	TOPLAM	ORTALAMA	MAX	MIN
TTKOM	2.019	2.380	2.000	2.475	2.353	2.620	1.906	1.185	1.087	789	500	19.314	1.756	2.620	500
THY	1.681	1.800	1.922	2.219	2.452	1.920	2.042	1.735	1.975	1.605	1.604	20.955	1.905	2.452	1.604
AKBNK	1.582	2.121	1.983	2.516	1.589	1.579	1.649	934	998	917	451	16.319	1.484	2.516	451
İSATR	1.569	2.061	1.893	2.445	1.297	1.252	1.334	1.135	951	1.193	507	15.637	1.422	2.445	507
TCELL	1.539	1.421	1.343	1.700	1.435	1.959	1.841	1.182	1.361	1.061	705	15.547	1.413	1.959	705
AEFES	1.509	1.272	1.366	1.085	1.151	352	402	314	424	399	215	8.489	772	1.509	215
GARAN	1.434	1.579	1.364	1.953	1.529	1.555	1.584	1.344	1.538	1.190	532	15.602	1.418	1.953	532
ARÇİK	1.286	1.455	1.616	1.845	1.983	1.284	1.258	837	1.273	1.585	1.452	15.874	1.443	1.983	837
YKBNK	1.138	1.117	1.099	1.393	980	951	937	647	876	836	428	10.402	946	1.393	428
BİNAS	965	1.395	1.120	1.387	668	830	584	308	595	617	524	8.993	818	1.395	308
FROTO	909	955	776	544	571	793	877	458	875	787	819	8.364	760	955	458
VAKBN	737	829	842	725	739	594	622	396	458	509	270	6.721	611	842	270
MGROS	653	680	610	547	512	531	638	235	375	337	261	5.379	489	680	235
ULKER	452	657	564	745	522	647	616	409	539	451	248	5.850	532	745	248
SİSE	387	405	385	575	372	277	320	242	380	243	191	3.777	343	575	191
BOSH	343	355	416	427	593	608	539	441	603	541	420	5.286	481	608	343
VESTL	323	412	383	502	363	362	441	265	493	709	720	4.973	452	720	265
TAV	138	169	174	152	148	128	157	85	85	80	72	1.388	126	174	72
ASELS	107	125	134	112	96	142	271	141	224	370	246	1.968	179	370	96

Tablo 1 incelendiğinde değerlemeye dahil edilen işletmelerin marka değerleri elde edilen istatistiklere bakıldığında 11 yıllık ortalama marka değeri en yüksek işletmeler olarak 1. sırada 1.905 ortalama ile THY, 2. Sırada 1.756 ortalama ile TTKOM ve 3. Sırada 1.484 ortalama ile AKBNK olmuştur. İşletmelerin marka değerleri yıllık bazda değerlendirildiğinde en yüksek marka değerine 2015 yılında ulaşıldığı, en düşük marka değerinin ise 2022 yılında gerçekleştiği görülmektedir. İşletmelerin toplam marka değerlerinin düşüş eğilimi Şekil 1'de görülmektedir.

Şekil 1. Türkiye'nin En Değerli Markaları Listesinde Yer Alan İşletmelerin Toplam Marka Değerlerinin 2012-2022 Yılları Arasındaki Seyri

YILLAR	TOPLAM
2012	18.771
2013	21.188
2014	19.990
2015	23.347
2016	19.353
2017	18.384
2018	18.018
2019	12.293
2020	15.110
2021	14.219
2022	10.165



Tablo 2. Türkiye'nin En Değerli Markaları Listesinde Yer Alan İşletmelerin Piyasa Değerleri

YILLAR / ŞİRKETLER	AEFES	AKBNK	ARÇIK	BİMAS	FROTO	GARAN	İSATR	MGROS	TCELL
2012	8.651.915.092	17.196.050.776	4.460.376.643	1.846.436.107	4.256.454.161	22.273.624.824	7.108.603.667	2.186.580.028	14.335.684.062
2013	6.443.432.417	10.294.016.725	3.825.775.434	3.013.646.925	3.939.098.146	13.341.045.676	4.477.897.276	1.256.670.033	12.132.233.998
2014	5.885.373.180	13.018.428.113	4.621.353.037	3.302.119.013	4.630.030.347	17.271.407.837	5.660.377.358	1.773.487.927	13.546.202.225
2015	4.618.218.527	9.496.676.163	3.897.733.251	3.219.145.299	4.387.280.565	12.347.330.608	3.846.153.846	1.282.721.624	8.992.939.428
2016	3.519.253.978	9.048.614.389	4.829.557.548	2.507.652.889	3.617.702.043	10.789.562.403	3.534.825.703	1.055.143.753	7.231.474.614
2017	3.823.354.726	8.455.010.279	3.647.385.336	3.051.043.171	5.572.275.447	11.191.291.972	3.581.782.721	1.240.684.202	8.703.283.960
2018	2.020.714.948	3.912.681.220	1.745.339.777	2.160.259.957	2.961.771.621	5.571.071.488	1.484.752.541	454.973.224	4.399.266.789
2019	2.647.305.844	8.188.035.170	2.612.147.011	5.457.507.040	4.678.615.816	8.898.339.176	2.430.894.776	842.789.150	5.874.758.156
2020	2.293.883.626	6.022.763.358	3.433.244.397	7.661.925.693	7.389.677.937	7.279.260.609	2.369.093.978	1.295.123.293	5.919.810.138
2021	2.391.087.705	5.104.433.659	4.458.913.017	5.074.625.075	11.391.131.456	6.453.345.694	4.417.298.359	936.520.254	5.536.892.621
2022	2.987.934.614	7.572.044.661	5.647.130.623	6.191.534.147	13.708.953.351	9.397.498.827	9.511.608.333	1.975.644.547	6.207.199.625

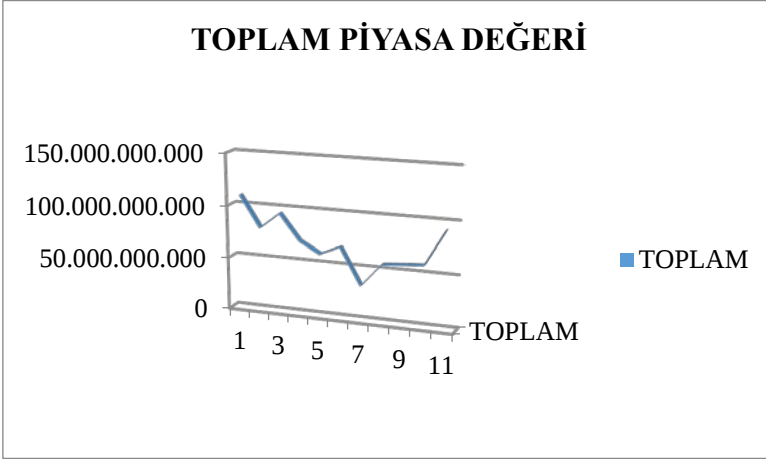
YILLAR / ŞİRKETLER	THY	TTKOM	ULKER	YKBK	TOPLAM	ORTALAMA	MAX	MIN
2012	3.649.083.215	13.664.315.938	1.887.029.619	8.289.439.989	109.805.594.121	8.446.584.163	22.273.624.824	1.846.436.107
2013	3.923.490.946	9.779.315.889	2.405.711.709	4.858.421.133	79.690.756.306	6.130.058.177	13.341.045.676	1.256.670.033
2014	5.680.960.549	10.929.322.250	2.752.605.885	6.022.435.084	95.094.102.806	7.314.930.985	17.271.407.837	1.773.487.927
2015	4.210.826.211	7.890.499.195	2.485.321.442	3.805.172.848	70.480.019.006	5.421.539.924	12.347.330.608	1.282.721.624
2016	2.330.861.034	6.230.193.514	1.863.232.419	3.238.818.256	59.796.892.543	4.599.760.965	10.789.562.403	1.055.143.753
2017	5.510.252.491	5.820.726.372	1.767.597.913	6.033.289.813	68.397.978.401	5.261.382.954	11.191.291.972	1.240.684.202
2018	3.681.686.386	2.262.956.174	822.372.938	2.252.171.571	33.730.018.634	2.594.616.818	5.571.071.488	454.973.224
2019	3.687.719.097	4.934.582.304	1.519.912.649	3.948.203.061	55.720.809.250	4.286.216.096	8.898.339.176	842.789.150
2020	2.977.587.619	5.147.660.990	1.322.661.408	4.348.255.491	57.460.948.537	4.420.072.964	7.661.925.693	1.295.123.293
2021	3.766.646.671	4.595.217.320	812.709.276	3.892.544.088	58.831.365.196	4.525.489.630	11.391.131.456	812.709.276
2022	14.482.820.263	6.402.645.672	1.113.702.824	7.430.500.630	92.629.218.116	7.125.324.470	14.482.820.263	1.113.702.824

İŞLETMELER	AEFES	AKBNK	ARÇIK	BİMAS	FROTO	GARAN
TOPLAM PD	45.282.474.657	98.308.754.512	43.178.956.073	43.485.895.317	66.532.990.889	124.813.779.114
ORTALAMA	4.116.588.605	8.937.159.501	3.925.359.642	3.953.263.211	6.048.453.717	11.346.707.192

İŞLETMELER	İSATR	MGROS	TCELL	THY	TTKOM	ULKER	YKBK
TOPLAM PD	48.423.288.559	14.300.338.036	92.879.745.615	53.901.934.481	77.657.435.617	18.752.858.080	54.119.251.965
ORTALAMA	4.402.117.142	1.300.030.731	8.443.613.238	4.900.175.862	7.059.766.874	1.704.805.280	4.919.931.997

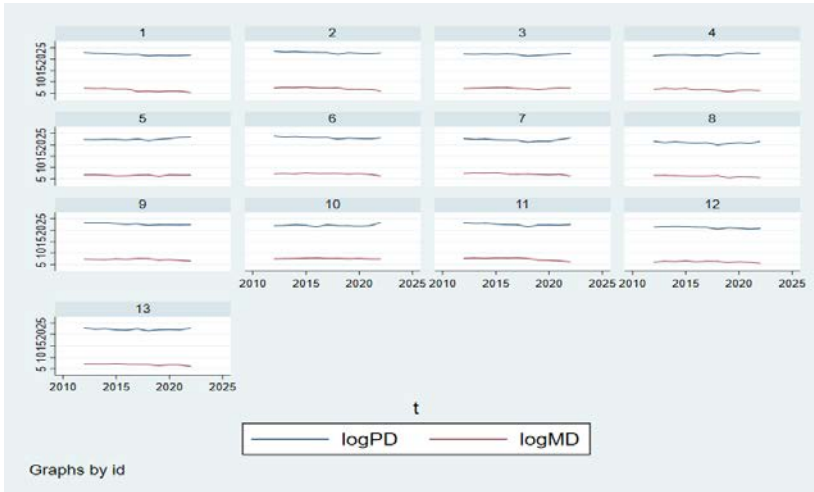
İşletmelerin piyasa değerleri hesaplanan istatistiklere göre yıllık bazda değerlendirildiğine toplam piyasa değerinin en yüksek gerçekleştiği yıl 109.805.594.121 \$ ile 2012 yılında gerçekleşirken, toplam piyasa değeri en düşük gerçekleşen yıl 33.730.018.634 \$ ile 2018 yılı olmuştur. İşletmelerin piyasa değerleri hesaplanan istatistiklere göre işletme bazında değerlendirildiğine toplam piyasa değeri en yüksek işletme 124.813.779.114 \$ ile GARAN (Garanti Bankası) olurken, 14.300.338.036 \$ ile piyasa değeri en düşük MGROS olmuştur.

Şekil 2. Türkiye'nin En Değerli Markaları Listesinde Yer Alan İşletmelerin Toplam Piyasa Değerlerinin 2012-2022 Yılları Arasındaki Seyri



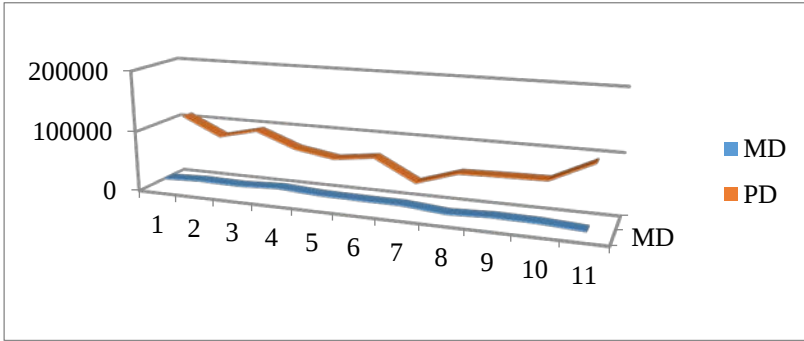
Şekil 2’de Türkiye’nin en değerli markaları arasında ilk sıralarda yer alan işletmelerin Toplam piyasa değerinin toplu gösterimi yer almaktadır.

Şekil 3. İşletme Bazında Marka Değeri ve Piyasa Değeri Değişkenlerinin Yıllara Göre Trendleri



Şekil 3' te araştırmaya dahil edilen işletmelerin hem marka değerlerinin hem de piyasa değerlerinin USD(\$) cinsinden yıllık bazda gösterimi birlikte sunulmaktadır.

Şekil 4. Toplam Marka Değeri ve Piyasa Değeri Değişkenlerinin Yıllara Göre Trendleri



Şekil 4'de işletmelerin toplam marka değerleri ile toplam piyasa değerlerinin birlikte yıllara göre değişimi yer almaktadır.

4. PANEL VERİ ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırmada işletmelerin 2012-2022 dönemleri arası toplamda 13 işletmenin 11 yıllık verileri analize dahil edilmiş olup, değişkenler arasındaki ilişki panel veri regresyon analizi ile incelenmiştir. Araştırma hipotezi;

H₁: İşletmelerin marka değerleri ile piyasa değerleri arasında ilişki vardır.

Çalışmanın modelini (1) no'lu eşitlik ile ifade edebiliriz.

$$PD = \beta_0 + \beta_{1MD} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Model 'de işletmelerin Piyasa Değeri (PD) bağımlı değişken olarak yer alırken, Marka Değeri (MD) bağımsız değişken olarak yer almaktadır.

Tablo 3. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maximum	Gözlem Sayısı
PD	22.1820	0.7255	19.9357	23.8266	143
MD	6.9093	0.5867	5.3706	7.8709	143

Tablo 3'ten görüleceği gibi, 2012-2022 dönemine ilişkin 13 İşletmeye ait ortalama piyasa değeri (PD) 22.1820, ortalama marka değeri (MD) 6.9093 olarak gerçekleşirken değişkenlerin standart sapma ve diğer istatistikî değerleri ilgili tabloda ayrıntılı şekilde görülmektedir.

Tablo 4. Marka Değeri ve Piyasa Değeri Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları

PD	Coef.	Std. Err.	z-Statistic	Prob.
Constant	20.3228	0,8224	24.71	0.0000
MD	0.2690	0.1143	2.35**	0.0190
Wald chi2(1)	5.53**	Number of obs.	143	
Prob.	0.0186	Number of groups	13	
R-squared	0,2638	MODEL	Random-effects GLS regression	

Not: ** %5 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 4. incelendiğinde **Wald chi2(1)** istatistiği olasılık değeri 0,0186 olması modelin anlamlı olduğunu göstermektedir. Değişkenlerin anlamlılık düzeylerine baktığımızda (constant) sabit katsayının olasılık değerinin 0. 0.0000 olması istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu, **MD** değişkeninin katsayısının 0.2690 ve olasılık değerinin 0.0190 olması istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir. **R-squared** değerinin 0,2638 olması marka değerinin piyasa değerini açıklama gücünün 0.26 olduğunu göstermektedir. Modelimizde **MD** değişkeni işletmelerin marka değerinin, **PD** değişkeni ise piyasa değerini temsil etmektedir.

5. SONUÇ

Sonuç olarak çalışmada, Türkiye'nin en değerli markaları listesinde yer alan 13 işletmenin 2012-2022 yıllarına ait marka değerlerine yaptıkları yatırımların işletmelerin piyasa değerlerini pozitif yönde etkilediği ve sonucun istatistiksel açıdan anlamlı olduğu bulgularına rastlanmıştır. Sonuçlar değerlendirildiğinde modelin anlamlılık düzeyi de dikkate alınarak marka değeri (MD) ile piyasa değeri (PD) arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir. İşletmelerin marka değerlerindeki bir birimlik artışın piyasa değerlerinde 0.2690 bir artış yaratacağı görülmektedir.

$$PD = 20.3228 + 0.2690_{MD} + \epsilon_{it}$$

Sonuçlar değerlendirildiğinde işletmelerin marka değerlerinin (MD) piyasa değerlerini (PD) pozitif yönde etkilediği, marka değerindeki bir birimlik artışın piyasa değerinde 0,2690'lık bir artışa sebep olacağı ve tahmin edilen katsayının istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir. R^2 değerinin 0,2638 olması işletmelerin marka değerlerinin piyasa değerlerini açıklama oranının %26 olduğunu, piyasa değerini oluşturan faktörlerden marka değerinin piyasa değerini 0,26 oranında belirlediğini göstermektedir.

Çalışmada işletmelerin marka değerleri ile piyasa değerleri arasındaki ilişki ve değişkenler arasındaki ilişkinin ölçüsü panel veri regresyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda işletmelerin marka değerlerinin piyasa değerlerini pozitif yönde etkilediği ve sonucun istatistiksel açıdan anlamlı olduğu bulgularına rastlanmıştır.

KAYNAKÇA

Aaker, D. A. (2009). Managing brand equity. simon and chuster.
<https://brandirectory.com/rankings/turkey/>

- Aydingülü Sakalsız, S., & Çıldır, Ç. (2022). Firmaların Marka Değerleri ile Piyasa Değerleri Arasındaki ilişki: Bist’de Bir Uygulama. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23(2), 471–480.
<https://doi.org/10.37880/cumuiibf.1012128>
- Brand Finance Turkey 100
<https://brandirectory.com/rankings/turkey/>
- İşgör, N. (2011). Marka Değeri ve Piyasa Değeri İlişkisinin İncelenmesi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Kallapur, S., & Sabrina Y. S. Kwan. (2004). The Value Relevance and Reliability of Brand Assets Recognized by U.K. Firms. The Accounting Review, 79(1), 151–172.
<http://www.jstor.org/stable/3203316>
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2011). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Education India.
- Keller, K.L., 1993. Conceptualising, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. J. Market. 57 (1), 1–22.
<https://doi.org/10.1177/002224299305700101>.
- Keller, K.L., 1998. Building, Measuring, and Management Brand Equity. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Kerin R.A., Sathuraman R. (1998). “Exploring the Brand Value-Shareholder Value Nexus for Consumer Goods Companies”, Journal of the Academy of Marketing Science, 26(4): ss.260-273.
- Kim, H.B., Kim, W.G& An, J.A. (2003) The Effect of Consumer-Based Brand Equity on Firms’ Financial Performance. Journal of Consumer Marketing, 20, 335-352.
<https://doi.org/10.1108/07363760310483694>
- Rao, V. R., Agarwal, M. K., & Dahlhoff, D. (2004). How is Manifest Branding Strategy Related to the Intangible Value of a

- Corporation? Journal of Marketing, 68(4), 126–141.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.126.42735>
- Ray, A., Bala, P. K., Chakraborty, S., & Dasgupta, S. A. (2021). Exploring The Impact of Different Factors on Brand Equity and Intention to Take Up Oonline Courses from e-Learning Platforms. Journal of Retailing and Consumer Services, 59.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102351>
- Shocker, A.D., 1993. Book Review: Managing Brand Equity. J. Market. Res. 30 (2), 256–259.
<https://doi.org/10.1177/002224379303000210>.
- So, K.K.F., King, C., 2010. When Experience Matters”: Building and Measuring Hotel Brand Equity: the Customers’ Perspective. Int. J. Contemp. Hospit. Manag. 22 (5), 589–608.
<https://doi.org/10.1108/09596111011053765>.
- Şenol, Z., Koç, S., & Ünlü, U. (2019). Marka Değeri İle Firma Değeri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Örneği. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(3), 338–350. <https://doi.org/10.25287/ohuibf.477720>

ENHANCING MARKETING STRATEGIES THROUGH PERSONALIZED MARKETING: A LITERATURE REVIEW

Altuğ OCAK¹

1. INTRODUCTION

In today's digitally-driven landscape, the concept of one-size-fits-all marketing has become a relic of the past. As businesses navigate a world where consumers are inundated with information and choices, they find themselves standing at a crossroads, faced with a fundamental question: How can they connect with their audience on a deeper level, drive better results and remain competitive in an environment of constant change?

The answer to this question lies in the transformative power of personalized marketing. The ability to tailor marketing efforts to the unique needs, preferences and behaviors of individual customers has emerged as a defining factor in the success of modern marketing strategies. It represents a shift from a mass marketing approach to a highly targeted and customer-centric one, where every interaction is an opportunity to create a meaningful connection.

This comprehensive research underlines intricate tapestry of marketing's evolution, delves deep into the very essence of personalized marketing and unveils the profound insights gleaned from an extensive body of literature dedicated to this dynamic subject. This research is not only illuminates the historical perspectives of marketing but also illuminates the path forward,

¹ Assist Prof., İstanbul Beykent University, Vocational School,
altugocak@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8018-4158

shedding light on the past, present and future of personalized marketing strategies.

2. LITERATURE VIEW

2.1.The Evolution of Marketing

Traditional marketing strategies often cast a wide net, hoping to reach a broad audience. However, this approach can be inefficient and can lead to wasted resources as many of these efforts don't resonate with the majority of consumers. Today's consumers expect more from brands. They want to feel seen and understood and this is where personalized marketing comes into play (Lewison & Hawes, 2007: 16; Thomas, 2007: 15; Barutcu, Yaldir & Hasiloglu, 2017: 400-401). In the past, marketing primarily relied on mass media such as TV, radio, print and billboards to reach a broad audience. These one-size-fits-all campaigns were often costly and had limited targeting capabilities. Marketers had limited insight into individual customer preferences (Huron, 1989: 557; Lawrance, Deshmukh & Navajivan, 2018: 112; Todor, 2016: 54-55). As marketing tools and data collection improved, businesses began to segment their audiences based on demographics, geographic location, or other broad criteria. This allowed for some degree of customization but was still relatively broad in scope.

With the advent of digital marketing and the ability to collect and analyze vast amounts of customer data, personalized marketing emerged. Marketers could now tailor their messages, content and offers to individual customers or specific segments based on their behavior, preferences and past interactions (Glodsmith & Freiden, 2004: 228; Tang, Liao & Sun, 2013: 234; Vesanen & Raulas, 2006: 8-10). Today, marketing has shifted towards a more customer-centric approach. Brands recognize that customers want to feel seen and understood. This means not only

providing personalized content and recommendations but also engaging in two-way conversations, addressing customer feedback and prioritizing customer needs and preferences (Wang, 2021: 6-7; Castronovo & Huang, 2012: 127; Glucksman, 2017: 86; Smutkupt, Krairit & Esichaikul, 2010: 134). Marketing continues to evolve rapidly. New technologies, platforms and consumer trends emerge regularly, requiring marketers to stay agile and adapt their strategies accordingly.

2.2.What Is Personalized Marketing?

Personalized marketing involves using data and insights to tailor marketing strategies and messages to individual customers or small segments of the audience. It can encompass various elements, such as creating custom content that addresses the specific interests and needs of each customer. This may involve recommending products or services based on past behavior or preferences. (Dawn, 2014: 370; Peppers & Rogers, 1995: 16; Vesanen, 2007: 409; Sheth & Sharma, 2005, s. 619; Chandra, Verma, Lim, Kumar, & Donthu, 2022, s. 1529). Email personalization within the context of personalized marketing involves customizing email communications sent to individual recipients based on their unique preferences, behaviors and characteristics. Addressing the recipient by their first name in the email subject line or salutation is indeed one of the most basic and widely used forms of email personalization (Sahni, Wheeler, & Chintagunta, 2018, s. 257; Sahni, Wheeler, & Chintagunta, 2018, s. 236; Zhang, Xu, He, Yan, & Brooks, 2023, s. 167).

Personalization of product recommendations is a key component of personalized marketing and it involves leveraging algorithms and customer data to suggest products or services that are highly relevant and appealing to individual customers. This approach is widely used in e-commerce, online retail and various other industries to enhance the customer experience and drive

sales (Montgomery & Smith, 2009, s. 11-12; Rathore, 2017, s. 56; Ying, Feinberg, & Wedel, 2006, s. 355-356; Schreiner, Rese, & Baier, 2019, s. 87). Website personalization is a critical aspect of personalized marketing and it involves customizing website experiences for individual visitors based on their behavior, preferences and other data. The goal is to provide each visitor with a tailored and relevant experience that can increase engagement, satisfaction and ultimately drive conversions (Nysveen & Pedersen, 2004, s. 137; Benlian, 2015, s. 225; Mobasher, Cooley, & Srivastava, 2000, s. 142-143; Ho, 2006, s. 41).

3. FINDINGS FROM THE LITERATURE

Personalization ensures that customers receive information and content that is tailored to their specific interests, needs and preferences. When customers find content that resonates with them, it demonstrates that the brand understands their individual requirements (Anshari, Almunawar, Lim, & Al-Mudimigh, 2019, s. 99; Thongpapanl & Ashraf, 2011, s. 10). Personalized promotions, discounts and offers may cater to a customer's unique buying habits. When customers receive offers that align with their interests, they might engage and make purchases.

Personalized content tends to resonate more with the audience because it addresses their unique pain points or desires. This increased relevance leads to higher levels of engagement, such as longer time spent on a website, more interactions with emails, or greater social media participation. (Wu, 2023, s. 33-34; Koch & Benlian, 2015, s. 48; Purnomo, 2023, s. 59-60). When customers are engaged and find value in the content and offers presented to them, they might take the desired action, whether it's

making a purchase, signing up for a newsletter, or filling out a contact form.

Personalized product recommendations and offers can lead to increased repeat purchases. When customers are consistently presented with options that align with their preferences, they are more likely to make additional purchases (Tong, Wong, & Luj, 2012, s. 109-110; Ball, Coelho, & Vilares, 2006, s. 24-25; Tyrvaenen, Karjaluoto, & Saarijarvi, 2020, s. 7-8). Satisfied and loyal customers are more likely to recommend the brand to friends and family. Positive word-of-mouth recommendations might lead to new customers and further strengthen loyalty among existing ones.

By identifying and focusing on a specific audience segment that is most likely to be interested in a product or service, marketers can allocate their budget more effectively. They can avoid spending resources on a broader audience that may not convert (Haleem, Javaid, Qadri, Singh, & Suman, 2022, s. 128). In advertising, targeting a specific audience reduces ad spend waste. Marketers can ensure that their advertisements are shown to individuals who fit the target demographic, reducing costs associated with showing ads to less relevant audiences.

4. CONCLUSION

The significance of personalized marketing is multifaceted and profound. It goes beyond mere data analysis and automation; it represents a shift in mindset and approach. It signifies a commitment to understanding each customer's unique needs, preferences and aspirations and then using this insight to craft tailored experiences that resonate on a personal level.

Through content personalization, businesses can ensure that the information they provide speaks directly to the interests

and challenges faced by individual customers. Email campaigns, enriched with personalization, become more than just generic messages—they become personalized invitations to engage in meaningful dialogues. Product recommendations, powered by algorithms and customer data, transform shopping experiences from mere transactions into curated journeys of discovery.

Website personalization not only enhances user experience but also serves as a digital storefront uniquely tailored to each visitor's tastes and preferences. Behavioral tracking provides valuable insights into the ever-evolving customer journey, allowing businesses to adapt and respond in real-time. Segmentation divides the audience into smaller, more manageable segments, enabling precision in targeting and messaging.

As we continue to witness the rapid evolution of marketing, one truth remains constant: personalization is not just a trend; it's the future. Those businesses that embrace this transformation, that commit to understanding their customers on a personal level and delivering tailored experiences, will be the ones that forge lasting connections, inspire brand loyalty and thrive in the dynamic landscape of modern commerce. Personalized marketing is not merely a strategy; it's the embodiment of customer-centricity in the digital age.

Limitations of the research is that this review may not provide industry-specific insights or recommendations. The impact of personalized marketing on marketing strategy performance can vary significantly across industries, and readers may need to seek industry-specific research for tailored guidance. Future research could delve into the effectiveness of personalized marketing in niche or specialized markets.

REFERENCES

- Anshari, M., Almunawar, M., Lim, S., & Al-Mudimigh, A. (2019). Customer relationship management and big data enabled: Personalization & customization of services. *Applied Computing and Informatics*, 15(2), 94-101.
- Ball, D., Coelho, P., & Vilarés, M. (2006). Service personalization and loyalty. *Journal of services marketing*, 20(6), 391-403.
- Barutcu, S., Yaldir, A., & Hasiloglu, S. (2017). From mass to personalized mobile marketing strategies: the new dimensions through expert systems. *European Scientific Journal*, 13(10), 400-409.
- Benlian, A. (2015). Web personalization cues and their differential effects on user assessments of website value. *Journal of management information systems*, 32(1), 225-260.
- Castronovo, C., & Huang, L. (2012). Social media in an alternative marketing communication model. *Journal of marketing development and competitiveness*, 6(1), 117-134.
- Chandra, S., Verma, S., Lim, W., Kumar, S., & Donthu, N. (2022). Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1529-1562.
- Dawn, S. (2014). Personalised Marketing: concepts and framework. *Productivity*, 54(4), 370-377.
- Glodsmith, R., & Freiden, J. (2004). Have it your way: consumer attitudes toward personalized marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 22(2), 228-239.

- Glucksman, M. (2017). The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink. *Elon Journal of undergraduate research in communications*, 8(2), 77-87.
- Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M., Singh, R., & Suman, R. (2022). Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. *International Journal of Intelligent Networks*, 3, 119-132.
- Ho, S. (2006). The attraction of internet personalization to web users. *Electronic markets*, 16(1), 41-50.
- Huron, D. (1989). Music in advertising: An analytic paradigm. *The musical quarterly*, 73(4), 557-574.
- Koch, O., & Benlian, A. (2015). Promotional tactics for online viral marketing campaigns: how scarcity and personalization affect seed stage referrals. *Journal of Interactive Marketing*, 32(1), 37-52.
- Lawrance, S., Deshmukh, S., & Navajivan, E. (2018). A comparative study of digital marketing vs. traditional marketing. *IIBM'S Journal of Management Research*, 3(1/2), 112-121.
- Lewison, D., & Hawes, J. (2007). Student target marketing strategies for universities. *Journal of college admission*, 196, 14-19.
- Mobasher, B., Cooley, R., & Srivastava, J. (2000). Automatic personalization based on web usage mining. *Communications of the ACM*, 43(8), 142-151.
- Montgomery, A., & Smith, M. (2009). Prospects for Personalization on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, 23(2), 130-137.

- Nysveen, H., & Pedersen, P. (2004). An exploratory study of customers' perception of company web sites offering various interactive applications: moderating effects of customers' Internet experience. *Decision Support Systems*, 37(1), 137-150.
- Peppers, D., & Rogers, M. (1995). A new marketing paradigm: share of customer, not market share. *Planning review*, 23(2), 14-18.
- Purnomo, Y. (2023). Digital Marketing Strategy to Increase Sales Conversion on E-commerce Platforms. *Journal of Contemporary Administration and Management*, 1(2), 54-62.
- Rathore, B. (2017). Exploring the Intersection of Fashion Marketing in the Metaverse: Leveraging Artificial Intelligence for Consumer Engagement and Brand Innovation. *International Journal of New Media Studies: International Peer Reviewed Scholarly Indexed Journal*, 4(2), 51-50.
- Sahni, N., Wheeler, S., & Chintagunta, P. (2018). Personalization in email marketing: The role of noninformative advertising content. *Marketing Science*, 37(2), 236-258.
- Schreiner, T., Rese, A., & Baier, D. (2019). Multichannel personalization: Identifying consumer preferences for product recommendations in advertisements across different media channels. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 87-99.
- Sheth, J., & Sharma, A. (2005). International e-marketing: opportunities and issues. *International Marketing Review*, 22(6), 611-622.

- Smutkupt, P., Krairit, D., & Esichaikul, V. (2010). Mobile marketing: Implications for marketing strategies. *International Journal of Mobile Marketing*, 5(2), 126-139.
- Tang, H., Liao, S., & Sun, S. (2013). A prediction framework based on contextual data to support mobile personalized marketing. *Decision Support Systems*, 56, 234-246.
- Thomas, A. (2007). The end of mass marketing: or, why all successful marketing is now direct marketing. *Direct Marketing: An International Journal*, 1(1), 6-16.
- Thongpapanl, N., & Ashraf, A. (2011). Enhancing online performance through website content and personalization. *Journal of computer information systems*, 52(1), 3-13.
- Todor, R. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 9(58), 51-56.
- Tong, C., Wong, S., & Luj, K. (2012). The influences of service personalization, customer satisfaction and switching costs on e-loyalty. *International Journal of Economics and Finance*, 4(3), 105-114.
- Tyrvainen, O., Karjaluoto, H., & Saarijarvi, H. (2020). Personalization and hedonic motivation in creating customer experiences and loyalty in omnichannel retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 1-10.
- Vesanen, J. (2007). What is personalization? A conceptual framework. *European Journal of Marketing*, 41(5/6), 409-418.
- Vesanen, J., & Raulas, M. (2006). Building bridges for personalization: a process model for marketing. *Journal of Interactive marketing*, 20(1), 5-20.

- Wang, C. (2021). New frontiers and future directions in interactive marketing: inaugural Editorial. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(1), 1-9.
- Wu, H. (2023). Leveraging Data Analytics and Consumer Insights for Targeted Marketing Campaigns and Personalized Customer Experiences. *Journal of World Economy*, 2(3), 33-44.
- Ying, Y., Feinberg, F., & Wedel, M. (2006). Leveraging missing ratings to improve online recommendation systems. *Journal of marketing research*, 43(3), 355-365.
- Zhang, L., Xu, T., He, J., Yan, Z., & Brooks, R. (2023). Personalized Email Marketing Strategy: A Reinforcement Learning Approach. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 17(3), 167-174.

SEÇİM BEYANNAMELERİ/BİLDİRGELERİ İÇİNDE VERGİ TEMASININ DOĞRUDAN YER ALMASI: 7 HAZİRAN VE 1 KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİ VE 14-28 MAYIS 2023 SEÇİMLERİ

Yasemin ARIMAN¹

1. GİRİŞ

Seçimler çağın ve günün şartlarına göre gelişen, değişen geçerliliğini ve önemini halen koruyan eski bir olgudur. Demokrasilerin gereği olarak vazgeçilmez olan seçimlerin yapılması ve seçimle ilgili unsurların sosyal bilimler alanının konusu olması geniş bir literatür sunmaktadır. Seçimlerde birden fazla siyasi parti seçimi kazanabilmek için rekabet ve yarış halindedir. Bu rekabet ortamı siyasi partilerin yaptıkları veya yapacakları düzenlemeleri, uygulamaları daha geniş bir ifadeyle seçim sonrasında yürütülecek tüm politikaları kamuoyuyla paylaşma gereksinimine neden olmaktadır. Zamanla hesap verilebilirliğin önem kazanması, şeffaflığın tüm dünyada öne çıkan unsurlardan biri olması ve güçlü muhalefetlerin varlığı bu gereksinimin şiddetini artırmıştır. Seçimlerde aday siyasi partiler, yerel ve genel seçimler öncesinde hayata geçirmeyi planladıkları politikaları seçmenlerle seçim beyannameleri/ bildirgeleri aracılığıyla paylaşmaktadır.

Seçim bildirgeleri ekonomi, sağlık, eğitim, demokrasi, uluslararası ilişkiler, yönetim gibi toplumun her kesimine hitap eden bilgiler vermenin yanı sıra toplumun belli kesimlerine hitap eden bilgileri de vermektedir. Örneğin azınlıklar, mültecilerin

¹ Dr., yaseminariman@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-4325-7768.

durumu gibi son yıllarda Türkiye'nin uluslararası göç için transit ülke konumunda olması bu ihtiyacı artırmaktadır. Öyle ki göçmenler konusu seçim kampanyalarının ana başlıklarından biri halini almıştır.

Seçim beyannamelerinde/bildirgelerinde genel olarak toplumun tüm kesimlerine hitap eden mal ve hizmetler konu edilmektedir. Bu mal ve hizmetlerin en önemli finansman kaynaklarından biri vergidir. Aynı zamanda vergi, seçimi kazanan partinin seçim öncesi öngördüğü politikaları yerine getirmek için kullanacağı en önemli maliye politikası araçlarından biridir. Öyle ki vergi politikalarının hükümet- birey ilişkileri üzerindeki etkisi hem vergi uyumu için hem de seçimi kazanmaları için önemlidir (Tunçer, 2002).

Seçim beyannameleri/bildirgeleri içinde verginin şüphesiz ekonomi ile ilgili olan başlıklarda karşımıza çıkması beklenir. Ancak vergi, ekonominin bir parçası olmakla birlikte seçmenlerin sosyo-ekonomik durumuna da doğrudan etki eden bir olgudur. Ayrıca seçim beyannamelerinde/ bildirgelerinde vergiye ekonomi başlığı dışındaki diğer başlıklarda da rastlamak mümkündür. Şöyle ki, seçim beyannamelerinde/bildirgelerinde vergi doğrudan kelime anlamı ile yer almakla birlikte, vergiye benzer anlamlar ifade eden kelimelerle de dolaylı olarak yer almaktadır.

Bu çalışmada 7 Haziran ve 1 Kasım 2015 Genel seçimleri ve 14 - 28 Mayıs 2023 seçimleri seçim beyannameleri/bildirgeleri içinde vergi temasının doğrudan yer alması incelenmektedir. Buna göre, çalışmada öncelikle alandaki çalışmalara değinilmekte, beyannamelerin/bildirgelerin genel çerçevesine, çalışmanın yöntemine ve kısıtlarına yer verilmektedir. Sonrasında, beyanname ve bildirgelerde verginin doğrudan yer alması durumuna, değerlendirilmesine ve gelecek çalışmalar için önerilere yer verilmektedir.

2. LİTERATÜR

“Kamu harcamalarının finansmanı için tahsil edilen vergi miktarının belirlenmesi, verginin konusunun ne olacağı, kimlerin muafiyet ve istisna kapsamında olacağı, vergilerin oranlarının ve ödeme şekillerinin nasıl olacağı konuları, siyasal karar alma” mekanizmasına göre belirlenmektedir (Ertekin, 2015, s.215). Seçmenlerin siyasi tercihini belirleyen en önemli faktör ekonomi olsa da bu faktörün bir parçası olan vergiler seçmenlerin siyasi tercihlerini etkilemede az öneme sahiptir (Tunçer ve Arıman, 2015, s.170).

Seçim beyannamelerinde/bildirgelerinde vergi ile ilgili: vergilerin sayıca az olması, vergi sisteminin açık, anlaşılır, basit ve adil olması, vergi politikalarının yatırımları teşvik etmesi, denetim sisteminin etkin olması gibi hususlar geçmişten günümüze siyasi partilerin gündeminde yer almakta ve seçim beyannameleri/bildirgelerinde yer bulmaktadır (Öz ve Güler, 2015).

2015 Genel Seçimleri için hazırlanan beyannamelerde/bildirgelerde vergi teması en sık kullanılan on temadan biri değildir ve kullanım sıklığı 0.01 ve 0.04 arasında değişmektedir. Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) beyannamelerinin her iki seçim için benzer olduğu, Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ve Halkların Demokrat Partisi (HDP) bildirgelerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Beşel, 2015, s.6-8).

AKP 2023 Seçim Beyannamelerinde vergi ile ilgili ayrı bir bölüme yer verilmemektedir. AKP beyannamelerinde genel olarak son 21 yılda yapılan olumlu düzenlemelere yer verilmektedir. Ancak beyannamelerde yer verilmeyen yeni birçok düzenlemenin olduğu bilinmektedir (Batı, 2023a). AKP beyannamelerinde gelir politikaları ve vergi gelirlerine ilişkin

hedefler konusunda ayrıntılı çalışma ve analizlere yer verilmediği de bilinmektedir (İleri, 2023a).

AKP seçim beyannamesinde yeşil dönüşümün sağlanması için vergi düzenlemesi, CHP-Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi: Ortak Politikalar Mutabakat Metninde iklim politikaları için vergi düzenlemesi vaatlerine yer verilmektedir (Adaman, Ataş, Aydın-Düzgüt, Bağ, Keyman, Şahin ve Yavuzylmaz, 2023, s.12-21).

AKP 2023 seçim beyannamesinde, vergi tabanının genişletilmesi, vergi sisteminin sadeleştirilmesi ve kayıt dışılığın azaltılması gibi temel konuları çözüme sözü verilmektedir. Aralığı bir buçuk yıla inen af kanunlarını gerektiren koşulların neler olduğu ve bunların nasıl ortadan kaldırılacağı konusunda bir açıklama bulunmamaktadır. *“Türkiye, vergi usulde dijital devrimi gerçekleştirmiştir; bu konuda gerçekten çok ileridedir.”* CHP-Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi: Ortak Politikalar Mutabakat Metninde vergi ile ilgili hususların yaklaşık üçte biri somuttur. Kapsamlı bir vergi reformu ve kayıt dışı ile etkin mücadele vaat edilmektedir. Vaatleri ideolojik çizgisiyle en uyum içerisinde olan ittifak Emek ve Özgürlük İttifakıdır. Vaatler ile emekçi kesim korunmak istenmektedir (Başaran-Yavaşlar, 2023).

CHP-Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi: Ortak Politikalar Mutabakat Metninin Ekonomi, Finans ve İstihdam isimli ana başlığı altında vergi alt başlığına: *“vergide adalet, reform, yeşil vergileme, kayıt dışılık, ücretlerdeki vergileme adaletsizliği, dolaylı vergi hegemonyası”*, gelir idaresi ve Vergi Konseyi’nin bağımsızlığı hususlarına yer verilmektedir. Ancak, *“Gelir İdaresi Başkanlığı’nın gerekse de Vergi Denetim Kurulu’nun müfettiş ve yardımcılarının da özlük hakları”* ve *“merkez-taşra uzmanları arasındaki özlük hakları”* sorunlarına yönelik bir çözüm önerisine rastlanılmamaktadır (Batı, 2023b).

SMMM ve YMM’lerin bütün ticaret ve iş kesiminin vergi işlerine kefil olması hukuka ve Anayasa’ya aykırı haksız bir sorumluluk olarak görülmektedir. Ancak bu hususta herhangi bir vaat AKP beyannamelerinde ya da CHP-Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi: Ortak Politikalar Mutabakat Metninde bulunmamaktadır (İleri, 2023a, 2023b).

Yeşil Sol Parti 2023 seçim bildirgesinde diğer bildirge ve beyannamelerde yer verilen hususlara yer vermektedir. “*engelli dostu işletmelere vergi muafiyet/istisnası*” vaadiyle diğer beyanname ve bildirgelerden ayrılmaktadır (Batı, 2023c).

3. BEYANNAMELER/ BİLDİRGELER GENEL ÇERÇEVE

Çalışma için AKP, CHP, CHP-Deva-Gelecek-Demokrat-Saadet Partisi, MHP, HDP, Yeşil Sol Parti 7 Haziran ve 1 Kasım 2015 ve 14-28 Mayıs 2023 seçim beyannameleri/bildirgeleri incelenmektedir. 14-28 Mayıs 2023 seçimleri için CHP, Deva Partisi, Gelecek Partisi, Demokrat Parti ve Saadet Partisi ortak bir mutabakat metni yayımlamışlardır. Bu nedenle CHP 2023 seçim bildirgesi bulunmamaktadır. MHP 2023 seçim beyanamesi yayımlanmamıştır. 17 Mart 2021’de Anayasa Mahkemesi’nde HDP’nin kapatılması için dava açıldı. Süren kapatma davası nedeniyle 14-28 Mayıs 2023 seçimlerinde HDP Yeşil Sol Parti çatısı altında seçimlere katıldı. Bu nedenle HDP ve Yeşil Sol Parti bildirgeleri birlikte kullanılmıştır.

4. YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma doküman analizi yönteminden yararlanılmaktadır. Veri toplama araçları; 2015 Genel Seçimleri ve 2023 seçimleri için AKP, CHP, MHP, HDP ve Yeşil Sol Parti seçim beyannameleri/bildirgeleri ve CHP-

Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi: Ortak Politikalar Mutabakat Metni. Bulgular vergi temasının beyanname/ bildirgelerde doğrudan yer alma durumuna göre elde edilmektedir. Beyannameler/ bildirgeler öncelikle vergi kelimesi özelinde incelenmekte ve vergi kelimesinin yer verildiği cümleler not edilmektedir. Bu notlardan hareketle değerlendirmeler yapılmaktadır. Kelime bulutları Word Art uygulamasından yararlanılarak hazırlanmıştır.

5. ÇALIŞMANIN KISITLARI VE SINIRLANDIRILMASI

Bu çalışmada, 2015 yılı için TBMM’de milletvekiline sahip dört siyasi partinin seçim beyannameleri/ bildirgeleri kullanılmaktadır. Çalışmada, 2015 genel seçimleri ve 2023 seçimleri için hazırlanan beyannameler/ bildirgeler kullanılmaktadır. 2015 genel seçim beyanname ve bildirgeleri 15 Temmuz Darbe Girişi öncesi son seçim olması, birbirine yakın tarihlerde gerçekleştirilen seçimler olması ve 2023 seçimleri de Türkiye’de yapılan son seçimler ve birbirine yakın tarihlerde yapılan seçimler olması nedeniyle ele alınmaktadır.

MHP 2023 seçim beyannamesinin hazırlandığı ve kamuoyuyla paylaşılacağı bilgisi yazılı basında yer almış ancak 04.08.2023 tarih itibarıyla MHP web sitesinde, (www.mhp.org.tr) beyanname yayımlanmadığı görülmüştür. Bu nedenle MHP çağrı merkezine ulaşılmaya çalışılmıştır. Seçim işleri biriminde çağrı merkezi aracılığıyla görüşülen yetkili kişi, beyannameleri kişilere veremediklerini belirtmiş, bilgi işlem birimi ile görüşülmesini tavsiye etmiştir. 04.08.2023 tarih 14.00 saat itibarıyla MHP çağrı merkezi/ seçim işleri/ bilgi işlem destek aracılığıyla MHP 2023 seçim beyannamesinin daha önce yayımlanmadığı teyit edilmiştir. Bu nedenle MHP 2023 seçim beyannamesi yazılı medyada yer verilen bilgilerle sınırlı kalmaktadır. MHP 2023

seçim beyannamesinin eksik oluşu kapsayıcı istatistiksel testlerin elde edilememesine neden olmaktadır. Bu nedenle istatistiksel bir veriye çalışmada yer verilememiş, yöntemde sadece dokümanlar incelenmiştir.

Seçmenlerin politikalara yönelik bilgilendirildiği bu yazılı metinler için beyanname veya bildirge kelimeleri kullanılmaktadır. Çalışmanın tarafsızlığını korumak adına değerlendirme yapılan cümlelerde hem beyanname hem bildirge kelimelerine aynı anda yer verilmektedir.

6. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Seçim beyannameleri/ bildirgelerinde vergi temasının, doğrudan kelime anlamında sadece ekonomi başlıklarının altında yer almadığı görülmektedir. Verginin doğrudan yer alması kelime olarak yer almasını ifade etmektedir.

6.1.Seçim Beyannamelerinde/Bildirgelerinde Verginin Doğrudan Kelime Olarak Yer Alması

Verginin doğrudan yer aldığı kısımlar içinde vergi; Katma Değer Vergisi (KDV), Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV), Özel İletişim ve Tüketim Vergileri (ÖİV, ÖTV), Motorlu Taşıtlar Vergisi (MTV) olarak yer almaktadır.

6.1.1. AKP Seçim Beyannamelerinde Verginin Doğrudan Kelime Olarak Yer Alması

AKP 2015 Genel Seçim Beyannamelerine vergi sisteminin daha adil olması için çalışmaların yapıldığına ve sürdürüleceğine yer verilmektedir. Ayrıca vergi denetim mekanizmasının vergi müfettişi sayısı artırılması ile güçlendirildiğine yer verilmektedir. Vergi idaresinin idari ve teknik yapısı güçlendirilmeye devam edileceğine, vergi dairelerinde otomasyona geçildiğine ve büyük mükellefler vergi dairesinin kurulduğuna, gelir vergisi tarifesinin en üst dilim

oranının düşürüldüğüne, kurumlar vergisi oranının düşürüldüğüne, genel KDV oranı için Avrupa Birliği ülkeleri arasında en düşük seviyedeki ikinci ülke olunduğuna, tahsilat kolaylaştırılması suretiyle vergi uyumunu artırıcı çalışmaların sürdürüleceğine yer verilmektedir.

AKP 2023 seçim beyannamelerinde kadın istihdamının desteklendiğine, şehit ve şehit yakınlarının desteklendiğine, ilave istihdam için destek sağlandığına, kurumlar vergisi oranının düşürüldüğüne, gelir vergisi tarifesi en alt dilim oranının düşürüldüğüne, asgari ücrete gelir vergisi ve damga vergisi istisnasının getirildiğine, diğer ücretlilerin asgari ücrete denk gelen gelirlerinin vergiden istisna edildiğine, genç girişimcilerin desteklendiğine, “*vergisini düzenli ödeyen mükelleflere vergi indirimi*” sağlandığına yer verilmektedir. Risk Analizi ve Değerlendirme Merkezinin kurulduğuna, “*e-fatura, e-arşiv fatura, e-irsaliye, e-defter, e-bilet*” gibi elektronik belge uygulamalarıyla mükelleflerin vergiye uyum maliyetinin düşürüldüğüne, vergi politikalarının büyüme ve sosyal adaleti sağlayacak şekilde sürdürüleceğine, mükellef odaklı ve dijitalleşmiş “*Geleceğin Vergi Daireleri*” inşa edileceğine, değişen ve gelişen yeni ekonomik unsurların vergi sisteminde kavranmasının sağlanacağına da yer verilmektedir. Ayrıca 2023-2025 Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Eylem Planı uygulanacağına, yeni ihtisas mahkemelerinin kurulması ile vergi mahkemelerinin yükünün hafifletildiğine, temel ihtiyaçlara tekabül eden bazı mal kalemlerinde KDV indirimi yapıldığına, yurt dışında ikamet eden vatandaşların konut alımlarına KDV istisnası getirildiğine ve böylelikle destek sağlandığına, yeşil vergilemenin destekleneceğine, vergiye gönüllü uyumu artıracak çalışmaların sürdürüleceğine yer verilmektedir.

Buna göre AKP beyannameleri değerlendirildiğinde vergi uyumu çalışmalarına önem verildiği ve verileceği “*vergi hukukumuzda var olan mekanizmaları etkinleştirerek*” ifadesi ile

vergi sisteminin etkinliğinin artırılacağı söylenebilir. Ortak konular olarak gelir vergisi tarife dilimleri ile kurumlar vergisi oranına yer verildiği söylenebilir. Kaçakçılıkla mücadele edildiği ve gelecek dönemde de bu mücadelenin güçlendirilerek sürdürüleceği söylenebilir. Beyannamelerin vergi açısından daha çok geçmişte yapılanlar ve gelecekte yapılacaklar arasında şekillenerek yazıldığı söylenebilir.

Bunların yanı sıra AKP 2015 ve 2023 seçim beyannameleri için oluşturulan kelime bulutlarında vergi temasının geçtiği cümlelerde; Vergi, Gelir ve KDV kelimelerinin ilk 10 kelime içerisinde olduğu tespit edilmiştir.

6.1.2. CHP Seçim Bildirgeleri ve CHP-Deva- DP-Gelecek- İYİ-Saadet Partisi Ortak Politikalar Mutabakat Metninde Verginin Doğrudan Kelime Olarak Yer Alması

CHP 2015 Genel Seçimleri için hazırlanan bildirgelerde dolaysız ve dolaylı vergi düzenlemelerinin yapılacağına, esnaf ve gençler için düzenlemeler yapılacağına, vergi denetimi için düzenlemeler yapılacağına, vergi gelirlerinin harcanmasının şeffaflaştırılacağına, kayıt dışılıkla mücadele edileceğine, gelir vergisi tarife ve oranlarının farklılaştırılacağına, vergi sisteminin daha adil olmasının sağlanacağına yer verilmektedir. Ayrıca asgari ücret üzerindeki gelir vergisinin kaldırılacağına, “Suriyelilerin vergiden ve yasal yükümlülüklerden muaf” bir şekilde iş yaparak haksız rekabet etmesinin önleneneğine, benzin fiyatlarının düşürüleceğine, “vergiden vergi alma (ÖTV üzerine KDV)” uygulamasının sona erdirileceğine, kadın istihdamına yönelik düzenlemelerin yapılacağına, yeni mesleki eğitim sistemi yapılanmasının destekleneceğine, kültür ve sanat alanındaki vergilerin asgari düzeye çekileceğine, KDV oranları için düzenlemelerin yapılacağına yer verilmektedir.

CHP-Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi: Ortak Politikalar Mutabakat Metni 2023'te vergi sisteminin eşit adil ve şeffaf olmasının sağlanacağına, belediyelere aktarılan gelirler için değişiklikler yapılacağına, vergi affı, barışı ve cennetleri için düzenlemeler yapılacağına, dolaylı, dolaysız, servet ve harcama vergileri için düzenlemeler yapılacağına, sigorta prim ödemeleri için düzenleme yapılacağına yer verilmektedir. Gençlerin istihdamı ve esnaf için düzenlemeler yapılacağına, afet vergilerinin nasıl harcanacağına, kapsamlı bir vergi reformunun yapılacağına, vergi sisteminin basit ve anlaşılır olmasının sağlanacağına, kripto varlıklar gibi gelişen ekonomik unsurların vergilendirileceğine yer verilmektedir.

Ayrıca yeşil vergilendirmenin ön planda olacağına, ÜR-GE Ofisi kurulacağına ve üretimin destekleneceğine, çifte vergilendirmenin önüne geçileceğine, sanatçı gelirleri ve kültür endüstrileri için düzenlemeler yapılacağına, ÖTV ile ilgili düzenleme yapılacağına, vergi konularında idari yardımlaşma sözleşmesine taraf olan ülkelerle işbirliği sağlanacağına, Vergi Konseyi'nin adının “*Ulusal Vergi Konseyi*” olarak değiştirileceğine yer verilmektedir.

Yukarıdaki bildirgeler birlikte değerlendirildiğinde dolaysız ve dolaylı vergiler ile ilgili düzenlemeler, vergi denetimi başta olmak üzere vergi sisteminin unsurlarına yönelik düzenlemeler ve kültür ve sanat alanındaki vergilerdeki düzenlemeler, istihdam ve esnaf için düzenlemeler ön plana çıkmaktadır. Bildirgelerde vergi açısından doğal olarak daha çok gelecekte yapılacaklar üzerinde durulduğu söylenebilir.

Bunların yanı sıra CHP 2015 Bildirgeleri ve CHP-Deva-DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi: Ortak Politikalar Mutabakat Metni 2023 için oluşturulan kelime bulutlarında vergi temasının geçtiği cümlelerde; Vergi, Gelir ve Vergi kelimelerinin ilk 10 kelime içerisinde olduğu tespit edilmiştir.

6.1.3. MHP Seçim Beyannamelerinde Verginin Doğrudan Kelime Olarak Yer Alması

MHP 2015 Genel Seçimleri için hazırlanan beyannamelerinde kayıt dışı ekonomi ile mücadele edileceğine, vergi adaletini sağlayacak, yolsuzluğu önleyecek düzenlemeler yapılacağına, vergi sisteminde düzenlemeler yapılarak sistemin şeffaf, adil, etkin, basit, öngörülebilir ve rekabetçi olmasının sağlanacağına, vergi kanunlarında düzenleme yapılacağına yer verilmektedir. Vergi idaresi ve denetim mekanizması için düzenlemeler yapılacağına, vergi uyumunu teşvik eden unsurların destekleneceğine, akıllı kart uygulamasının hayata geçirileceğine, tarımsal faaliyetler, esnaf ve istihdam için düzenlemeler yapılacağına yer verilmektedir. Ayrıca bazı mal ve hizmetler için vergi ve prim düzenlemeleri yapılacağına, vergi politikalarının tasarrufu artıracak şekilde düzenleneceğine, yatırımlar ve yatırımcılar vergisel düzenlemelerle destekleneceğine, dolaylı vergiler, harç ve damga vergileri için düzenlemeler yapılacağına, uyumlu mükelleflerin ödüllendirileceğine, asgari ücret için düzenleme yapılacağına yer verilmektedir.

MHP 2023 seçimleri için hazırlanan beyannamelerinde gaziler, çiftçiler ve tarım sektörü için vergi düzenlemelerinin yapılacağına, asgari ücretten vergi alınmayacağına yer verildiği söylenebilir.

Bu beyannameler birlikte değerlendirildiğinde: asgari ücretten vergi alınmasına yönelik düzenleme yapılacağının öne çıktığı ve gelecekte yapılmak istenene yer verildiği söylenebilir.

Bunların yanı sıra MHP 2015 ve 2023 beyannameleri için oluşturulan kelime bulutlarında vergi temasının geçtiği cümlelerde; Vergi ve Vergi, ÖTV kelimelerinin ilk 10 kelime içerisinde olduğu tespit edilmiştir.

6.1.4. HDP ve Yeşil Sol Parti Seçim Bildirgelerinde Verginin Doğrudan Kelime Olarak Yer Alması

HDP 2015 Genel Seçimleri için hazırlanan bildirgelerinde yerel yönetimlerin sunduğu mal ve hizmetlere yönelik düzenlemeler yapılacağına, gelir vergisi tarifesinde düzenleme yapılacağına, dolaylı vergiler için düzenleme yapılacağına, esnaf ve çiftçiler için düzenleme yapılacağına, asgari ücretten vergi alınmayacağına yer verilmektedir.

Yeşil Sol Parti 2023 seçimleri için hazırlanan bildirgelerinde artan oranlı rant vergisinin uygulanacağına, vergi sisteminin muafiyet, istisna, indirim ve af gibi uygulamaları için düzenleme yapılacağına, yeni artan oranlı bir vergi sistemi oluşturulacağına, dolaylı vergiler için düzenleme yapılacağına, ücretliler ve engelliler için düzenlemeler yapılacağına, deprem vergisi gelirlerinin amacına uygun olarak harcanacağına yer verilmektedir.

Bildirgeler birlikte değerlendirildiğinde; dolaylı vergiler ve vergi tarifi için düzenleme yapılacağı öne çıkmaktadır. Bu bildirgelerde gelecekte yapılmak istenenlere yer verildiği görülmektedir.

Bunların yanı sıra HDP 2015 ve Yeşil Sol Parti 2023 bildirgeleri için oluşturulan kelime bulutlarında vergi temasının geçtiği cümlelerde; Vergi ve Vergi kelimelerinin ilk 10 kelime içerisinde olduğu tespit edilmiştir.

7. GENEL DEĞERLENDİRME

AKP beyannamelerinde geçmiş dönem politikaları ile vergi idaresinin ve gelirlerinin kalitesinin artırılması önündeki engellerin kaldırılması için gerekenlerin yapıldığına ve teknolojiye yeniliklerin takip edildiğine ve edileceğine, üretim ve istihdamın artırılması için vergiden kaynaklı yüklerin

kaldırılmaya çalışılacağına (özellikle prim teşvikleri) dolayı olarak üretim ve istihdamın artması ile vergi gelirlerinin artırılması için düzenlemelerin arkasında durulacağına, haksız rekabeti önleyici vergi düzenlemelerinin yapıldığına ve yapılmaya devam edileceğine, kayıt dışı ekonominin azaltılması için mücadelenin süreceğine ve yasal önlemlerin alınmaya devam edileceğine, vergi gelirlerinin daha adil, eşit olması ve tabana yayılması için gerekli düzenlemelerin yapılacağına, vergi politikalarının büyümeyi ve sosyal adaleti sağlayacak şekilde geliştirileceğine, yeşil vergilemenin destekleneceğine, gönüllü uyumun destekleneceğine, değişen ve dönüşen vergisel hususlara çağa uygun şekilde yaklaşılacağına, toplumun her kesimini ilgilendiren vergisel düzenleme ve uygulamaların yanında bireysel, sınıfsal, sektörel uygulamaların da yapılacağına yer verildiği söylenebilir.

CHP, CHP-Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi Bildirgeleri ve ortak politikalar mutabakat metninde geçmiş dönemde uygulanan politikalara eleştirel bir bakış açısıyla yaklaştığına ve bu eleştirilerden yola çıkarak gelecek dönemde yapmak istediklerine; vergi idaresinin haksız ceza kesiminin önüne geçilmesinin gerekliliğine, vergi denetiminin kalitesinin özellikle öngörülebilirlik ve hukuki güvenlik kriterlerinin sağlanmasının gerekliliğine, vergi gelirlerinin nerelere harcandığının şeffaflığının sağlanmasının gerekliliğine, kayıt dışı ekonomiyle mücadelenin sürmesine, adil vergi sitemine ulaşma önündeki engellerin varlığına, yatırım, üretim ve istihdamı özellikle kadın istihdamı teşvik edici vergi düzenlemelerinin gerekliliğine, kültür, sanat, tarihsel değerler, ulaşım gibi alanlarda vergi düzenlemelerine ihtiyacın olduğuna, eğitimin desteklenmesi için mali araçların kullanılabileceğine, üretimin destekleneceğine, gelişen ekonomik unsurların vergilendirileceğine, toplumun her kesimini ilgilendiren vergisel

düzenleme ve uygulamaların yanında bireysel, sınıfsal, sektörel uygulamaların da yapılacağına yer verildiği söylenebilir.

MHP seçim beyannamelerinde vergi temasını içeren sorunların neler olduğu tespit edilerek mevcut uygulamaların etkinliğinin artırılması için yapılması öngörülen düzenleme ve uygulamaların varlığına aynı zamanda bazı uygulamaların sıfırdan tesis edilmesi gerekliliğine, vergi adaletinin sağlanması yolsuzluğun ve kayıt dışı ekonominin önlenmesi, *“mali disiplinin sağlanması ve sürdürülmesi, etkin”* denetim mekanizmasının çalıştırılması ve gerekli düzenlemelerin yapılması, cezaların caydırıcılığının artırılması, kamu maliyesinde ekonomikliğin ve etkinliğin sağlanmasının gerekliliğine, vergi siteminin özellikle eşitliği ve adaleti sağlamaya dönük uygulamalara olan ihtiyacın varlığına, *“yatırım, üretim, istihdam ve ihracatı”* artıracak vergisel önlemlerin alınmasının gerekliliğine, küçük esnaf ve çiftçilerin koşullarını iyileştirmek için yapılması gereken vergisel düzenlemelere, toplumun her kesimini ilgilendiren vergisel düzenleme ve uygulamaların yanında bireysel, sınıfsal, sektörel uygulamaların da yapılacağına yer verildiği söylenebilir.

HDP ve Yeşil Sol Parti seçim bildirgelerinde vergi adaletinin sağlanmasının gerekliliğine, vergi tarifesinin yeniden düzenlenmesinin gerekliliğine, vergi gelirlerinin kompozisyonunun yeniden düzenlenmesi gerekliliğine, esnaf ve küçük çiftçiler lehine düzenlemelerin gerekliliğine, toplumun her kesimini ilgilendiren vergisel düzenleme ve uygulamaların yanında sektörel uygulamaların da yapılacağına yer verildiği söylenebilir. Ayrıca beyannamenin hacmi ile orantılı olarak vergi konusunda politika ve düzenleme önerilerinin az olduğu söylenebilir.

Asgari ücretteki vergisel yükün kaldırılması gelir dağılımında adaletin sağlanması için önemli bir vergi politikasıdır (Yılmaz ve Güven, 2021, s.76). 2015 seçimleri için dört siyasi

partinin seçim beyannamelerinde/ bildirgelerinde birleştiği yani fikir birliğine vardığı hususlar: Asgari ücretteki vergisel yükün kaldırılması, Vergi sisteminin daha etkin ve adil olması, Kayıt dışı ekonomiyle mücadele edilmesi.

2023 seçimleri için siyasi partilerin seçim beyannamelerinde/ bildirgelerinde birleştiği yani fikir birliğine vardığı hususlar: Yeşil vergileme, dolaylı vergilerin azaltılması, kayıt dışı ekonomiyle mücadele edilmesi.

Literatür başlığı altında yer verilen, tespit edilmiş eksikliklere ek olarak hiçbir partinin beyannamelerinde/ bildirgelerinde göçmenlerin; vergi sistemine nasıl entegre edileceği, vergi uyumlarının nasıl sağlanacağı, yerli mükelleflerin vergi uyumlarını nasıl etkileyeceği ve olası negatif etkilerin nasıl bertaraf edileceğine ilişkin bir politika önerisine rastlanılmamıştır. Göçmenler sadece kayıt dışı ekonomi için bir tehdit oluşturmamakta aynı zamanda vergi uyumunu etkileyen diğer faktörler için de bir tehdit oluşturmaktadırlar.

8. SONUÇ

Bu çalışmada siyasi partilerin seçim beyannameleri/ bildirgeleri içinde vergi temasının incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşmak için 2015 yılı için TBMM’de milletvekiline sahip dört siyasi partinin seçim beyannameleri/ bildirgeleri kullanılmaktadır. Çalışmada 2023 seçimleri de ele alındığı için 2015 Genel Seçimleri ve 2023 Seçimleri için hazırlanan beyannameler/ bildirgeler kullanılmaktadır. Buna göre seçim beyannameleri/ bildirgelerinde vergi temasına, doğrudan kelime anlamında birçok başlık altında yer verildiği tespit edilmiştir.

AKP beyannamelerinde geçmiş dönem politikaları ile gelecek dönemlerde yapılması planlanan politikalara yer verilmektedir.

CHP, CHP-Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi bildirgelerinde ve ortak politikalar mutabakat metninde geçmiş dönemde uygulanan politikalara eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşılmış olup bu eleştirilerden yola çıkarak gelecek dönemde yapılmak istenilenlere yer verilmektedir.

MHP seçim beyannamelerinde geçmiş dönemde uygulanan politikaları özellikle 2015 seçim beyannamelerinde eleştirmekte ve gelecek dönemde yapılması istenilen düzenlemelere yer verilmektedir.

HDP ve Yeşil Sol Parti seçim bildirgelerinde vergi temasına az ve öz yer verilmekte olup gelecek dönemde yapılması planlanan düzenlemelere yer verilmektedir.

2015 seçimleri için dört siyasi partinin seçim beyannamelerinde/ bildirgelerinde birleştiği bir başka ifadeyle fikir birliğine vardığı hususlar: Asgari ücret üzerindeki vergisel yüklerin kaldırılması, Vergi sisteminin daha etkin ve adil olması, Kayıt dışı ekonomiyle mücadele edilmesi. 2023 seçimleri için siyasi partilerin seçim beyannamelerinde/ bildirgelerinde birleştiği bir başka ifadeyle fikir birliğine vardığı hususlar: Yeşil vergileme, dolaylı vergilerin azaltılması, kayıt dışı ekonomiyle mücadele edilmesi.

Beyannameler/ bildirgelerde toplumun her kesimini ilgilendiren vergisel düzenleme ve uygulamaların yanında bireysel, sınıfsal, sektörel uygulamaların da yapılacağına yer verildiği söylenebilir.

Beyanname/bildirgelerde daha önce tespit edilmiş eksikliklere ek olarak, CHP-Deva- DP- Gelecek- İYİ-Saadet Partisi ortak politikalar mutabakat metninde “*Dış Politika, Savunma, Güvenlik Ve Göç Politikaları*” ana başlıklardan biri olmasına rağmen beyannamelerde/ bildirgelerde göçmenlerin; vergi sistemine nasıl entegre edileceği, vergi uyumlarının nasıl sağlanacağı, yerli mükelleflerin vergi uyumlarını nasıl

etkileyeceği ve olası negatif etkilerin nasıl bertaraf edileceğine ilişkin bir politika önerisine yer verilmemektedir.

KAYNAKÇA

- Adaman, F., Ataş, H., Aydın-Düzgit, S., Bağ, A., Keyman, F., Şahin,Ü. Ve Yavuzylmaz, H. (2023). 2023 Seçimleri Arefesinde Partilerin Vaatlerinin Analizi: Dış Politika, Gıda Politikaları, İklim Değişikliği ve Enerji Politikaları, Denge ve Denetleme, İstanbul Politikalar Merkezi Mayıs 2023, Sabancı Üniversitesi.
- Başaran-Yavaşlar, F. (2023). Prof. Dr. Funda Başaran: İttifaklar Vergi İçin Ne Diyor? Acil Vergi Reformu Yapılmalı!, Erişim Adresi: <https://www.teknotalk.com/prof-dr-funda-basaran-ittifaklar-vergi-icin-ne-diyor-acil-vergi-reformu-yapilmali-139436/>
- Batı, M. (2023a). Duyanlara Duymayanlara; AK Parti'nin Vergiyle Alakalı Seçim Vaatleri, Erişim Adresi: <https://t24.com.tr/yazarlar/murat-bati/duyanlara-duymayanlara-ak-parti-nin-vergiyle-alakali-secim-vaatleri,39572>
- Batı, M. (2023b). Bir Mutabakat Metni: (Altılı) Masaya Yatırılmış “Vergiyle Alakalı” Hususlara İlişkin Değerlendirmeler, Erişim Adresi: <https://t24.com.tr/yazarlar/murat-bati/bir-mutabakat-metni-altili-masaya-yatirilmis-vergiyle-alakali-hususlara-iliskin-degerlendir-meler,38489>,
- Batı, M. (2023c). Yeşil Sol Parti'nin "Vergi" İle Alakalı Seçim Vaatleri, Erişim Adresi: <https://t24.com.tr/yazarlar/murat-bati/yesil-sol-parti-nin-vergi-ile-alakali-secim-vaat-leri,39900>,

- Beşel, F. (2015). 7 Haziran'dan 1 Kasım'a Seçim Beyannameleri: Metin Analizi, PESA Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi, PESA Analiz Ekim 2015, doi: 10.13140/RG.2.1.1822.8240.
- Ertekin, Ş. (2015). Türkiye'de Siyasi Parti Programlarında Vergi, Vergi Raporu, 189, 211-228.
- HDP Seçim Bildirgesi Tam Metni, Erişim Adresi: <https://t24.com.tr/haber/iste-hdpnin-secim-bildirgesinin-tam-metni,311568>
- İleri, Y. (2023a). İktidar Partisinin Seçim Beyannamesindeki Gelir Vergilerine İlişkin Hükümler, Erişim Adresi: <https://www.odatv4.com/yazarlar/yusuf-ileri/iktidar-partisinin-secim-beyannamesindeki-gelir-vergilerine-iliskin-hukumler-281602>
- İleri, Y. (2023b). Madde Madde İnceledik... Muhalefetin Vergi Vaatleri Ne Kadar Gerçekçi, Erişim Adresi: <https://www.odatv4.com/yazarlar/yusuf-ileri/madde-madde-inceledik-muhalefetin-vergi-vaatleri-ne-kadar-gercekci-281017>
- MHP Seçim Beyannameleri, Erişim Adresi: https://www.mhp.org.tr/htmldocs/mhp/beyanname/mhp/mhp_beyannamesi.html
- MHP Seçim Bildirgesi, Erişim Adresi: <https://www.yenisafak.com/secim-2023/mhp-secim-bildirgesi>,
- MHP'den 100 Söz, Erişim Adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/mhpden-100-soz-42263638>
- MHP'den 100 Vaatli Seçim Beyannamesi, Erişim Adresi: <https://www.milliyet.com.tr/gundem/mhpden-100-vaatli-secim-beyannamesi-6944019>

- Öz, E. Ve Güler, A. (2015). Siyasi Parti Programlarında Vergi Anlayışları, Prof. Dr. Metin TAŞ'a Armağan. Erişim Adresi: <https://ersanoz.com/eskisi/makaleler.php>
- Tunçer, M. (2002). Hükümet-Birey İlişkilerinin Vergi Uyumuna Etkisi ve Türkiye, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 57 (3) , 107-128, DOI: 10.1501/SBFder_0000001760
- Tunçer, M. Ve Arıman, Y. (2015). Seçmenlerin Siyasi Tercihlerini Etkileyen Faktörler İçinde Verginin Yeri: Trabzon Örneği, TİSK Akademi, 10, 154-175.
- Yılmaz, H. Ve Güven, M. E. (2021). Türkiye’de Gelir Dağılımındaki Adaletsizliğe Yönelik Siyasi Partilerin Yaklaşımları, Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (Toplum & Siyaset), 67-81.

INFLUENCER MARKETING: ITS ADVANTAGES AND CHALLENGES

Doğu BARANAYDIN¹

1. INTRODUCTION

In the age of social media dominance and digital connectivity, influencer marketing has risen to the forefront of advertising strategies. This innovative approach involves collaborating with individuals who have established credibility and a loyal following on platforms like Instagram, YouTube and TikTok to promote products and services. While influencer marketing has shown immense potential, it also brings forth a set of unique advantages and challenges that marketers must navigate. In this article, we delve into a comprehensive review of influencer marketing, highlighting its advantages and discussing the challenges it presents.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Advantages of Influencer Marketing

Influencer marketing is a marketing strategy that involves collaborating with individuals, often referred to as influencers, who have a dedicated and engaged following on social media platforms (De Veirman, Hudders & Nelson, 2019: 12-13; Chopra, Avhad, & Jaju, 2021: s. 77; Kim & Chan-Olmsted, 2022). These influencers wield the power to sway the opinions and behaviors

¹ Assist. Prof., İstanbul Beykent University, Vocational School, Department of Travel – Tourism and Entertainment Services, dogubaranaydin@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2734-3287.

of their followers, making them valuable partners for brands looking to reach specific target audiences (Campbell & Farrell, 2020: 469; Cartwright, Liu & Davies, 2022: 348). This definition underscores the significance of influencers in reaching and engaging with target audiences in the digital age. Furthermore, it aligns with the common understanding of influencer marketing in both academic literature and industry practice.

Influencers often have a genuine and personal connection with their followers. When they promote a product or service, it comes across as a personal recommendation rather than a traditional advertisement, which enhances authenticity and credibility (Lou & Yuan, 2019: 67; Khan, 2020: 503). Because of this trust, when influencers promote a product or service, it is seen as a personal recommendation rather than a traditional advertisement. This personal touch enhances the credibility of the endorsement, as followers are more likely to believe that the influencer has personally vetted and genuinely values the promoted offering.

Influencers can reach specific niche audiences that align with a brand's target demographic. This precision targeting can lead to higher engagement and conversion rates (Guan & Li, 2021: 125; Glucksman, 2017: 78). Influencers often have a well-defined and niche audience that closely aligns with the interests, preferences and demographics of the brand's target market. For example, a fitness influencer may have followers who are passionate about health and wellness, making them an ideal fit for a fitness brand's marketing campaign.

Influencer content tends to be highly engaging and interactive, fostering two-way communication between the influencer, their followers and the brand. This engagement can lead to a stronger emotional connection with the product or service (Jun & Yi, 2020: 803; Wang, 2021: 6; Pradhan, Kuanr,

Anupurba Pahi & Akram, 2023: 43). Influencers often encourage their followers to actively participate in discussions, ask questions, or share their own thoughts and experiences related to the promoted product or service. This conversational engagement creates a sense of community and involvement.

Influencers are often skilled content creators. They can generate visually appealing and engaging content that can be repurposed across various marketing channels, saving brands time and resources (Stoldt et al., 2019: 9; Sette & Brito, 2020: 90). Influencers can create content in various formats, such as images, videos, stories and blog posts, catering to the preferences of different audience segments and platforms.

Collaborating with influencers can significantly increase a brand's online visibility. The influencer's reach extends beyond their followers through shares, tags, and mentions, further expanding brand exposure (Cotter, 2019: 903; Genç & Öksöz, 2019: 749). Influencers typically have a substantial number of followers and when they promote a brand or product, their message reaches this primary audience directly.

Compared to traditional advertising methods, influencer marketing can be cost-effective. Brands can achieve a substantial return on investment (ROI) through carefully selected influencers (Vodak, Cakanova & Pekar, 2019: 214; Guruge, 2018: 32). Creating influencer-generated content can be more cost-effective than producing high-quality traditional advertising materials like television commercials or print advertisements. This cost savings can be significant, particularly for smaller brands with limited resources.

2.2.Challenges in Influencer Marketing

Measuring the exact impact and ROI of influencer campaigns can be challenging. Attributing sales directly to influencer efforts can be complex and it may take time to see

tangible results (Santiago & Castelo, 2020: 31; Leung, Gu & Palmatier, 2022: 248). The influencer marketing space has become saturated, making it difficult for brands to stand out. Intense competition for influencers has driven up costs and decreased availability (Le & Aydin, 2023: 463). Many countries and regions have specific guidelines for influencer marketing, including disclosure requirements. Ensuring compliance with these regulations is essential but can be burdensome (Darmawan & Huh, 2022: 23-24; Radtke, 2022: 141). Identifying the right influencers who align with a brand's values and resonate with its target audience can be time-consuming and requires careful consideration (McMullan, 2023: 443; Munsch, 2021: 25). Influencers may not always deliver content that meets a brand's quality standards or maintains consistency with the brand's messaging (Wellman et al., 2020: 78-80).

3. MARKETING ADVICES FROM LITERARY SOURCES

To harness the advantages of influencer marketing while mitigating its challenges, marketers can take several steps. First, they need to ensure full transparency by clearly disclosing paid partnerships and adhering to regulatory guidelines (Woodroof et al., 2020: 675; Hudders, De Jans & De Veirman, 2021: 351). Influencers should clearly disclose their paid partnerships with brands in a transparent manner. Disclosures can include hashtags like #ad, #sponsored, or other prominent labels.

They also need to measure Effectiveness by investing in analytics tools to track the impact of influencer campaigns and assess ROI (Moreira et al., 2022: 670-671; Srivastava, 2021: 984). Analytics tools can track engagement metrics like likes, comments, shares and click-through rates. These metrics indicate how well the audience is interacting with influencer content.

Marketers should diversify their influencer portfolio, by considering working with a mix of macro and micro-influencers to reach different segments of their target audience (Kay, Mulcahy & Parkinson, 2020: 248). Paying very high fees for influencer marketing efforts may not be the most efficient strategy. This aligns with the idea that working with top-tier influencers, sometimes referred to as "mega influencers," can be costly and might not always provide a proportionate return on investment. On the other hand, nano-influencers typically have smaller but highly engaged followings within specific niches or communities (Ocak, 2021: 587-588).

Marketers are supposed to collaborate closely with influencers to align content with their brand's voice and messaging (Vanninen, Mero & Kantamaa, 2023: 523). Influencers have a deep understanding of their audience's preferences and interests. Collaborating closely allows influencers to tailor their content to resonate with their specific audience while staying true to the brand.

And they have to build long-term relationships, with influencers to foster brand loyalty and advocacy (Singh, Tiwari & Tiwari, 2023: 8). Long-term collaborations allow influencers to develop a deeper understanding of your brand and its values.

4. CONCLUSION

In conclusion, influencer marketing has evolved into a dynamic and powerful strategy that, when executed effectively, can yield remarkable results for brands. From enhancing authenticity and trustworthiness to precision targeting and amplifying brand visibility, influencer marketing offers a multitude of advantages.

However, it's essential to recognize that success in influencer marketing doesn't happen by chance. Marketers must take deliberate steps to harness its potential while addressing challenges. These steps include transparent collaborations, strategic influencer selection, clear messaging alignment, performance measurement and the cultivation of long-term relationships.

By emphasizing transparency, authenticity, and strategic planning, brands can navigate the intricate landscape of influencer marketing with confidence. With the right influencers and a well-thought-out approach, brands can create meaningful connections with their target audiences, drive engagement and ultimately achieve a substantial return on investment.

In the ever-evolving digital landscape, influencer marketing continues to shape the way brands connect with consumers. As technology and consumer preferences evolve, staying informed, adaptive, and committed to ethical and authentic influencer partnerships will remain essential for brands aiming to thrive in this exciting realm of marketing.

KAYNAKÇA

- Campbell, C., & Farrell, J. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business horizons*, 63(4), 469-479.
- Cartwright, S., Liu, H., & Davies, I. (2022). Influencer marketing within business-to-business organisations. *Industrial Marketing Management*, 106, 338-350.
- Chopra, A., Avhad, V., & Jaju, A. (2021). Influencer marketing: An exploratory study to identify antecedents of consumer behavior of millennial. *Business Perspectives and Research*, 9(1), 77-91.

- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, 21(4), 895-913.
- Darmawan, I., & Huh, J. (2022). The effects of message type and sponsorship disclosure in influencer Marketing of Prescription Drugs. *Journal of Global Marketing*, 35(1), 21-36.
- De Veirman, M., Hudders, L., & Nelson, M. (2019). What is influencer marketing and how does it target children? A review and direction for future research. *Frontiers in psychology*, 10, 1-16.
- Genç, M., & Öksöz, B. (2019). An analysis on collaborations between Turkish beauty YouTubers and cosmetic brands. *Procedia Computer Science*, 158, 745-750.
- Glucksman, M. (2017). The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink. *Elon Journal of undergraduate research in communications*, 8(2), 77-87.
- Guan, C., & Li, E. (2021). A note on influencer marketing in social media. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 15(2), 124-128.
- Guruge, M. (2018). Comparison between attributes related to celebrity endorsement and social media influencer marketing: A conceptual review. *Sri Lanka Journal of Marketing*, 4(1), 17-37.
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *International Journal of Advertising*, 40(3), 327-375.

- Jun, S., & Yi, J. (2020). What makes followers loyal? The role of influencer interactivity in building influencer brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 29(6), 803-814.
- Kay, S., Mulcahy, R., & Parkinson, J. (2020). When less is more: the impact of macro and micro social media influencers' disclosure. *Journal of marketing management.*, 36(3-4), 248-278.
- Khan, M. (2020). Effect of social media influencer marketing on consumers' purchase intention and the mediating role of credibility. *Journal of Promotion Management*, 27(4), 503-523.
- Kim, H., & Chan-Olmsted, S. (Dü). (2022). Influencer Marketing and Social Commerce: Exploring the Role of Influencer Communities in Predicting Usage Intent. *Journal of Interactive Advertising*, 22(3), 249-268.
- Le, K., & Aydin, G. (2023). Impact of the pandemic on social media influencer marketing in fashion: a qualitative study. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 26(4), 449-469.
- Leung, F., Gu, F., & Palmatier, R. (2022). Online influencer marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50, 226-251.
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of interactive advertising*, 19(1), 58-73.
- McMullan, K. (2023). A checklist for managers to enhance influencer partnerships and avoid potential pitfalls. *Business Horizons*, 66(4), 443-452.

- Moreira, I., Stenzel, P., Lopes, J., & Oliviera, J. (2022). Do digital influencers successfully contribute to reducing the gap between customers and companies?. BBR. Brazilian Business Review, 18, 662-678.
- Munsch, A. (2021). Millennial and generation Z digital marketing communication and advertising effectiveness: A qualitative exploration. Journal of Global Scholars of Marketing Science, 31(1), 10-29.
- Ocak, A. (2021). Hatırlı Pazarlamada Nano-Etkileyicilerin Marka Farkındalığına Etkisi. İşletme Araştırmaları Dergisi., 13(1), 578-590.
- Pradhan, D., Kuanr, A., Anupurba Pahi, S., & Akram, M. (2023). Influencer marketing: When and why gen Z consumers avoid influencers and endorsed brands. Psychology & Marketing, 40(1), 27-47.
- Radtko, T. (2022). Disclosure Requirements For Influencer Marketing In The Us And Germany. Journal of Intellectual Property & Entertainment Law, 12(1), 141-164.
- Santiago, J., & Castelo, L. (2020). Digital influencers: An exploratory study of influencer marketing campaign process on instagram. Online Journal of Applied Knowledge Management, 8(2), 31-52.
- Sette, G., & Brito, P. (2020). To what extent are digital influencers creative?. Creativity and Innovation Management, 29, 90-102.
- Singh, R., Tiwari, D., & Tiwari, H. (2023). Influencer Marketing: Concepts, Practices, And Strategies: An Overview. EPRA International Journal of Environmental Economics, Commerce and Educational Management, 10(8), 6-12.

- Srivastava, M. (2021). Mapping the influence of influencer marketing: a bibliometric analysis. *Marketing Intelligence & Planning*, 39(7), 979-1003.
- Stoldt, R., Wellman, M., Ekdale, B., & Trully, M. (2019). Professionalizing and profiting: The rise of intermediaries in the social media influencer industry. *Social Media+ Society*, 5(1), 1-11.
- Vanninen, H., Mero, J., & Kantamaa, E. (2023). Social media influencers as mediators of commercial messages. *Journal of Internet Commerce*, 22, 4-27.
- Vodak, J., Cakanova, L., & Pekar, M. (2019). Influencer marketing as a modern phenomenon in reputation management. *Managing Global Transitions*, 17(3), 211-220.
- Wang, C. (2021). New frontiers and future directions in interactive marketing: inaugural Editorial. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(1), 1-9.
- Wellman, M., Stoldt, R., Tully, M., & Ekdale, B. (2020). Ethics of authenticity: Social media influencers and the production of sponsored content. *Journal of Media Ethics*, 35(2), 68-82.
- Woodroof, P., Howie, K., Syrdal, H., & VanMeter, R. (2020). What's done in the dark will be brought to the light: effects of influencer transparency on product efficacy and purchase intentions. *Journal of Product & Brand Management*, 29(5), 675-688.

SOVEREIGN GREEN BONDS AS A NEW FINANCIAL INSTRUMENT IN CLIMATE FINANCE FOR TÜRKİYE¹

Durdane KÜÇÜKAYCAN²

1. INTRODUCTION

There are two important interconnected issues on which there has been almost an international consensus in recent years. The first is "there is warming in the climate system" and the second is "human influence is evident in the change on the climate system". Therefore, prudent and swift policy action is required to prevent climate change. At the international level, the connection of taxes has been undertaken by the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) and its appendix, the Kyoto Protocol, which set goals to keep the sizes of average global groups in a certain place. Finally, the Paris Climate Agreement, signed in 2015, is one of the most important concrete developments in the fight against climate change (Sartzetakis, 2021: 757).

While the Kyoto Protocol has been accepted as a 'green start' in reducing greenhouse gas emissions, the Paris Climate Agreement has become a 'new hope' for the future of all humanity and the planet globally. In order to keep the global temperature research at a certain limit, there is a certain upper limit for the greenhouse gas stock in the atmosphere. Various mouthwashes

¹ In the 10. International Atlas Congress On Social Sciences Humanities was presented as a paper by the author.

² Dr., Eskişehir Osmangazi University, School of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Finance, durdane@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5515-2616.

were returned to the formation states, such as the Paris Climate Agreement, the prevention of CO₂ emissions, the limitation of fossil fuel use and the protection of carbon sink consumption. In 2021, Türkiye signed the Paris Climate Agreement as a party. In this context, Türkiye has committed to limiting the "zero emission" target for 2053, and to take measures to limit fossil fuel restrictions, turn to buyer energy sources, maintain CO₂ emissions until 2030 (Demir, 2022: 163). Türkiye's becoming a party to the Paris Climate Agreement is important for green transformation efforts in achieving the net zero emission target.

It is aimed to meet the increasing energy needs with the energy consuming the green transformation process in the world and to reduce the negative effects of the emergence of fossil fuels. Although renewable energy has positive attitudes for all humanity, the extent of energy use obtained is not at the intended level. The financial resources required for consuming energy investments with their high costs are quite insufficient. Turning to a variety of financing methods to continue to provide energy to continue to meet the necessary financing. It has an important place in the green ties between them.

Green bonds are a new financial investment tool in sustainable finance. The yield (revenue) from these bonds is allocated to low-carbon and climate-friendly enclosure (i.e. "green") financing. Government agencies, municipalities, baggage and supranational organizations are among the issuers of green bonds (Flammer, 2020: 95). For this purpose, it is aimed to reveal the emergence of green veins in the corridor of states in climate finance and to evaluate the usability of Sovereign Green Bonds as a new financial instrument for Türkiye to continue greening. In the study, the descriptive analysis method using the textures obtained based on the theoretical literature evaluation was used and a theoretical evaluation was made. Firstly, using green bonds in state economy and its dominance in climate

ventilation are emphasized. Finally, Sovereign Green Bonds as a new financial instrument in climate finance were explained and the usability of Sovereign Green Bonds was evaluated to ensure Türkiye's greening. In Türkiye studies are being carried out by the Ministry of Treasury and Finance to issue Sovereign Green Bonds in climate finance. The Treasury made the first green bond issuance in the international capital markets on April 5, 2023. In the event of a global fiscal recession, Sovereign Green Bond could contribute to closing the market-based financing gap for Türkiye.

2. GOVERNMENT BORROWING AND THE ROLE OF THE GOVERNMENT IN CLIMATE FINANCE

The state has undertaken; It makes use of public expenditures, taxes, borrowing and budget policies in order to realize the functions of economic stability, fairness in income distribution and efficiency in resource allocation. In connection with the services it has undertaken, it is required to limit public expenditures from time to time. Because today, it is seen that public revenues cannot meet public expenditures in both developing and developed countries. The problem of equivalence between public revenues and public expenditures in countries has brought up the question of how to provide financing for expenditures. All countries with public deficits have to choose between tax revenues, printing money and debt instruments in financing their budget deficits. In cases where it is not possible to cut public expenditures, increasing tax revenues may be seen as the best option. However, this choice of the state is a difficult option.

The perspective of taxpayers, who are the most important actors of the taxation process, on tax and tax burden; plays a

decisive role in obtaining the potential tax revenue of the state. The potential tax revenue level may not be reached by resorting to some legal methods such as deterrent penalties and strict control. At this stage, taxpayer psychology and taxpayer's perspective on tax come into play. If taxpayers' tax approach shows a positive picture, it becomes easier for states to collect taxes (Kurucan and Altıngöz Zarplı, 2022: 86). If the opposite situation is encountered, states will have to resort to various methods such as borrowing. Today, almost all states have alternatives such as increasing taxes, printing money, borrowing or reducing expenses to close their public deficits, but it is not always possible to reduce expenses or increase taxes from these alternatives due to the economic and social functions of the state, and printing money is kept in the background due to its inflationary consequences. For this reason, it is seen as the best alternative borrowing in modern societies (Eser and Birinci, 2014: 32).

Borrowing is a fiscal policy tool that can provide the state's intervention in the economy, but it is also a financing tool used to meet public expenditures. The state borrows money and similar valuables from persons or institutions, which are financial resources in and outside the country, with a commitment to pay a certain additional provision to be paid in a certain term. In order to meet the government borrowing needs, it borrows from the market by issuing securities such as treasury bills and government bonds by spreading it over a short or long term. When classified according to the maturity of government-issued debt securities; Long-term debt securities are called bonds and short-term debt securities are called bonds. Government issuances with a maturity of less than one year are traded under the name of "Treasury Bills". The maturity of the Treasury bill can be 3-6-9 months. Government bonds, on the other hand, are debt securities with a maturity longer than one year, issued by the government as a

variable or fixed interest rate, coupon payment or discounted loan (Orkunoglu, 2010: 7).

Government bonds are one of the most important tools used by governments to meet their financing needs. In order to finance the sudden financing needs of countries, budget deficits and large infrastructure works, governments borrow by issuing bonds. Many countries in the world meet their financing needs through bond instruments from both the national and international markets. In this context, there are bond types traded in both national and international markets. Bonds can be up to 2, 5, 10 and 50 years in terms of maturity. In market analysis, it is evaluated with bond interest as an interest indicator (Yelghi and Yelghi, 2021: 108).

Generally, debt instruments are seen as an important source of financing because of the possibility of using tax revenues and the method of printing money on the society in countries that are not preferred economically, politically and politically (Kaya and Cadırcı, 2022: 131). The adoption of various welfare programs around the world has resulted in an ever-increasing need for public spending over the years due to natural disasters and financial crises. In Türkiye, there has been a decrease in tax revenues, especially during the COVID-19 process. With the decreasing tax revenues, the social expenditures of the state started to increase. Aid such as social assistance and unemployment advantages were distributed. Along with social aid activities, increases were observed in transfer expenditures (Altıngöz Zarplı and Goksu, 2021: 184).

In addition to all these reasons, the COVID-19 stimulus packages and the need to reach the Sustainable Development Goals by 2030 are putting extra pressure on government spending. However, the distorting effects of taxation and the concerns of many emerging and developing countries' economies

not being able to expand their tax bases limit the increase in government revenues. In this context, countries have begun to experience an increasing dependence on debt financing in order to close the income-expenditure gap. In addition, developing and developing countries, despite their reservations about the accumulation of public debt, resort to public debt with the expectation of stimulating economic growth (Augustine and Rafi, 2023: 1).

There are conflicting views on the effect of public debt on economic growth in the literature. While classical economists strongly opposed the accumulation of public debt, Keynesians supported deficit financing to increase aggregate demand. On the other hand, a neutral effect was predicted by Ricardo (Augustine and Rafi, 2023: 1). While the country's borrowing was an extraordinary financing tool according to classical economic thought, it has become an ordinary financing tool according to the modern finance view. As a result of rising expenditures by the government through borrowing, demand rises and increases production. Accordingly, as a result of bond issuance, it can also contribute to economic growth. In this context, there has been an increase in borrowings from both the domestic and foreign markets in many countries. However, it has been observed that there are very rapid increases in economic crises as a result of increased budget deficits with debt increases, principal and interest payments of debts that are due. Therefore, borrowing has an important role in shaping the economic activity of the country (Yelghi and Yelghi, 2021: 112).

Today, borrowing has an important part in shaping the economic activity of the country, and the extent to which the debt is used efficiently, effectively and economically should be shared with the public in a transparent manner within the framework of accountability. It has also revealed the need for more financing of states in order to combat climate change and achieve sustainable

development goals, which have been on the main agenda of recent years. Although the theoretical debates on government borrowing do not agree on a single point, it is important today to consider the environmental effects of the economic growth provided by the borrowed debt. Because the main agenda of the 21st century; the fight against climate change. States are expected to be the main actors of this struggle with their public policies.

At the 27th Conference of the Parties to the United Nations Framework Convention on Climate Change (COP 27), which was held in Sharm El-Sheikh, Egypt, on 6-18 November 2022, when the increases in methane gas emissions are evaluated together with the leaks, it is seen that the current emission level is much higher than the reported emissions and that On the other hand, it is stated that 52 of 198 countries have not submitted emission reporting to the United Nations Framework Convention on Climate Change in the last 10 years. In addition, while investments in developing countries are at the level of 500 billion dollars, it has been argued that these countries need 2 trillion dollars annually until 2030 in the fight against the climate crisis. Today, the expectation from the states is to provide an economic growth and development that respects the environment. In previous conferences and in this most recent conference, there are commitments of governments to reduce greenhouse gas emissions and exit from fossil fuel use.

Governments can make direct expenditures as fiscal policy in order to fulfill their promises in the fight against climate change. They can also use other financial instruments, including taxation and market instruments such as carbon markets. However, it is stated that all these financial instruments may not be sufficient to fulfill the country commitments expressed as Nationally Determined Contributions (NDCs) (Millar et al., 2017: 745). For this reason, much stronger measures should be taken to reduce greenhouse gas emissions compared to the National

Contribution Statements. It is also argued that after 2030 “...compellingly intense and rapid emission reductions” will be required. Even if it is possible to implement the necessary fiscal policies, the costs to be encountered in realizing all these may increase the problems of equality between generations and hinder the current economic growth. In this context, it is argued that financing current climate change mitigation actions with debt may be a fairer solution. Because at least a certain part of debt payments will be made by taxing future generations, which can contribute to reducing inequality between generations (Sartzetakis, 2021: 758).

3. SOVEREIGN GREEN BONDS IN CLIMATE FINANCE

Renewable technologies are known to generally exhibit higher fixed upfront costs compared to fossil fuel investments, especially in developing countries. New technologies are initially run at a lower production scale and are often expensive in terms of installation costs. But according to the latest trends, the global costs of green technology and renewable energy are decreasing and tend to be cheaper than the cost of fossil fuel posterity. This price drop is due to economies of scale, endless renewable energy supply, as well as public policy support aimed at reducing credit risk for the implementation of these technologies (Braga et al., 2021: 3).

Financing of climate change mitigation and adaptation policies has become an important problem in climate negotiations. Emissions trading schemes and carbon tax policies are widely discussed as viable climate change mitigation strategies, where the revenue generated can then be used for adaptation efforts. In most current models, the burden of enforcing mitigation and adaptation policies falls on current

posterities. Because current posterities will have to pay for carbon reduction, while future posterities will enjoy the benefits for free. Therefore, in the implementation of the financing of climate policies, a Pareto improvement strategy for both current and future posterities should be represented, and burden sharing should be done between times. Green bonds can provide sufficient financing for these investments by sharing the cost between present and future posterities (Braga et al., 2021: 2).

One of the sights for using bonds to finance climate change mitigation is that at least some of the required investment must be paid by future posterities so that the current posterities does not bear the full burden of mitigating climate change. Debt financing has historically been used to finance large-scale projects such as infrastructure development, and the repayment of loans has spanned several posterities. Climate change is by definition an intergenerational trouble, as greenhouse gases are long-lived and their effects will be felt long after emissions have occurred. The issues of intergenerational justice and equity have been brought up in a number of researchs.

The main focus in the financing of climate change is the creation of an intergenerational externality and the fact that the current generation imposes high costs on future posterities. However, there is another side of the coin at this focal point. It should be noted that future posterities will reap the benefits of costly measures undertaken by the present generation to mitigate climate change. This situation raises a number of interesting questions that need to be answered: Should the current posterity choose to slow current growth based on cheap fossil fuel energy, for example, by imposing heavy carbon taxes, in order to switch to a low carbon economy that aims to minimize the harms of climate change to future generations? And if the answer is affirmative, can the current parochial political system (given that governments are elected every four years) provide the necessary

policies? Can we find a way to fairly distribute the costs and advantages incurred across posterities to mitigate the negative effects of climate change? (Sartzetakis, 2021: 759-760).

Transitioning to a low-carbon economy requires big investments in low-carbon and climate-resilient options in critical sectors such as energy and transportation. According to the International Energy Agency (IEA), investment in green infrastructure is projected to increase annually by an estimated 2% of world GDP to achieve decarbonisation fast enough to meet the Paris Agreement targets. If a significant part of this investment is financed with public resources, it creates a great tension between the need for consolidation and the need to increase investments after the high deficits during the COVID-19 pandemic (Darvas and Wolff, 2022: 3). Although there is increasing interest from private investors, it will not be enough to mobilize the necessary amounts from bank loans or private debt and equity resources. Considering that the largest part of the required investment is needed for infrastructure projects characterized by high up-front capital costs that can only be recovered over a long period of time, it is clear that the use of bonds will be mandatory in financing these projects.

At this time when a major refurbishment of existing infrastructure is expected today, the key challenge is to take steps to ensure that investment capital is reallocated from the high-carbon options currently in use to the low-carbon options. The main problem here is; while low-carbon investments may provide great social benefits over time, they involve higher risks with lower returns, at least in the early stages of market development. Low-carbon infrastructure investments required for economies of scale over time are unlikely to be met by private markets without public intervention, due to the high costs that must be incurred. Although banks and corporate finance have been and will continue to be an important resource, it is clear that they cannot

meet the very high needs and amounts for large investments. As a result, bond markets can play a very important role in closing the gap and providing the necessary financing for low-carbon development (Sartzetakis, 2021: 764).

Green bonds were created as a new debt financing product designed to promote sustainability and support green initiatives in the financial sector. Municipalities, government and international organizations have started using these tools to accelerate the transition to a climate resilient economy. Despite the difficulties in the early years, green bonds have made significant progress over the past few years. Today, large sums of money are allocated to these funds to finance both promising green projects with a good social impact (Akhtaruzzaman et al., 2022: 1).

3.1.Green Bonds

Green bonds are a financial innovation that enables institutional investors such as pension funds, insurance companies, mutual funds and government wealth funds to make sustainable investments. Green bonds are a fixed-income security in which the issuer commits to use the bond proceeds only for planet-friendly 'green' projects. Green bonds, or green-label bonds, can be issued as corporate or project-specific bonds. It can also be given by financial institutions such as banks, non-banking financial institutions (NBFCs) or microfinance institutions that aim to provide loans for 'green' projects. This innovative tool emerges as a potential alternative financing option for 'green' projects, due to the assurance provided by the issuer regarding the use of revenues, which are also approved as a result of an independent agency's reviews (Prakash and Sethi, 2011: 726).

In terms of increasing the liquidity of infrastructure assets, green bonds can encourage institutional investors to invest more in sustainable infrastructure. Unlike traditional financial

instruments, green bonds are also important in that they are sustainable-oriented and support the Climate Action (Goal 13) goals, which is among the 17 Social Development Goals of the United Nations Development Program. Because during the transition to a more viable and sustainable economy, green finance may be necessary to promote green nature, low carbon emissions, energy efficiency and ecological sustainability friendly practices. Green bonds can facilitate sustainability in a number of ways. These reveal the need for greater transparency regarding the financing of unsustainable economic activities, as well as reducing investors' concerns about climate policy and risks posed by unsustainable business practices (Akhtaruzzaman et al., 2022: 2). Today, there are four different types of green bonds: Standard Green Themed Bonds, Green Income Bonds, Green Project Bonds, Green Asset Backed Securities and Mortgage-Covered Bonds (ICMA, 2021: 9).

Table 1. Green Bond Types

Standard Green Use of Proceeds Bond	It includes liabilities with similar characteristics as standard bonds.
Green Revenue Bond	It is the type of bond where the risks in the bond are tied to the mortgaged cash flows and the proceeds are used to sustain green projects.
Green Project Bond	Bonds containing one or more green projects in which investors directly bear the risk of the project.
Secured Green Bond	Bonds backed by securities, such as asset-backed securities, secured by green projects, whose repayment depends on the cash flow from the assets.

Source: Simsek and Tunali, 2022: 27.

In addition to the classification in the table above, green bonds also differ in terms of the source from which they are provided. Green bonds can be issued by private companies, municipalities, government agencies and supranational institutions. In this context, green bonds will increase financing for 'green' projects by consolidating capital from multiple

channels such as government, private sector and bilateral or multilateral institutional investors. Green bonds can be issued to finance 'green' projects of any organization aiming to transition to a low carbon model. For example, if an automaker wants to expand its production into electric vehicles, capital can be raised through a green bond backed by the low-carbon portion of its assets (Prakash and Sethi, 2011: 726).

The first green bond was issued by the European Investment Bank (EIB) in 2007 to finance renewable energy and energy efficiency projects. Since then, green bonds have become increasingly popular. Although the total issuance of green bonds was below 1 billion dollars in 2008, it increased to 143 billion dollars in 2018 (Flammer, 2020: 95). Despite all this upward momentum, the market scale of the green bond market is still small. As of September 2020, the total amount of green bonds outstanding is 996 billion dollars, which constitutes only 0.4% of the international bond market. Although still in its infancy, the green bond market is growing rapidly with the increase in active issuers (Doronzo et al., 2021: 7). It is expected to grow even more. The total market value of green bonds reached \$1.1 trillion at the end of the third quarter of 2021. Green bond issuance has increased significantly since 2007, when the European Union first issued green bonds. Poland was the first country to issue “Sovereign Green Bonds” in December 2016, followed by France in January 2017. Fannie Mae, one of the government agencies of the United States of America (USA), issued \$24.9 billion in green mortgage-backed securities in 2017. In June 2017, Malaysia launched the world's first green Islamic bond, the “Green Sukuk³”, to finance climate resilient growth (Tang and Zhang,

³ Green sukuk, which appeals to investors who want to invest within the scope of Islamic finance, is a very different type of financial product in terms of its structure, although it has similarities with green bonds issued to combat climate change by financing sustainable and green-themed projects in accordance with green standards such as green bonds.

2020: 3). Since the first Sovereign Green Bond issuance by the Polish Government in 2016, the government green bond market has been growing rapidly worldwide (Dell'Atti, Di Tommaso and Pacelli, 2022: 505).

In the 2021 report published by the Climate Bond Initiative (CBI), it was estimated that the annual green bond investment would reach \$1 trillion by 2023 (Baretto, 2021). Although there is a decline in environmental, social and governance-themed borrowing activities in 2023 with the effect of tightening in credit conditions after bank bankruptcies in the USA and Europe, in the Financial Stability Report published by the Central Bank of the Republic of Türkiye in May 2023, as of the first quarter of 2023, sustainability has been determined. It has been stated that the amount of themed bonds and loans has increased to approximately 5.1 trillion dollars and this rate corresponds to approximately 5.5 percent of the total financing on a global basis (CBRT, 2023: 5). Although the green bond market lost momentum due to increased financing costs as a result of the tightening monetary policy implementations since the second half of 2022, it exceeded expectations.

3.2.Sovereign Green Bonds

According to the Sixth Evaluation Report (2022) of the Intergovernmental Panel on Climate Change's (IPCC⁴), an agency of the United Nations, they made recommendations to policy makers regarding the coming years with their predictions about global warming and climate hazards. According to the report, urgent actions are needed to limit global warming and reduce the risks to ecosystem and people with sudden climate changes. Significant investments are required to mitigate climate

⁴ The IPCC produces comprehensive Assessment Reports on the state of scientific, technical and socio-economic information on climate change, its impacts and future risks, and options for reducing the rate at which climate change is occurring.

change. The report highlights the need to increase resources to address climate change in both developed and developing countries over the coming years. In this context, financial instruments such as green bonds can play a major role in paving the way for investment in green projects (Azhgaliyeva and Kapsalyamova, 2023: 1). The International Capital Market Association (ICMA) defines green bonds as a type of bond in which the proceeds or an equivalent amount will be used, in whole or in part, to finance or refinance new and/or existing eligible green projects.

A green bond is a fixed income security used to finance eco-sustainable projects with environmental advantages. It is an explicit commitment that the issuer uses the collected funds only to finance or refinance green projects (Doronzo, Siracusa and Antonelli, 2021: 7). With this commitment, green bonds are also important in that they make it possible to finance the transition to a low-carbon economy and spread the cost of tackling climate change to many generations. Bond instruments are fixed-income securities that provide investors with fixed interest payments until maturity, depending on the type of loan terms, in addition to the principal amount invested in an institution or project. Just like conventional bonds, investors lend their money to the government. In turn, green bonds provide investors with fixed interest and returns. Green bonds are more attractive to investors for two main reasons;

- Investors and society as a whole have become more conscious of the environmental impact of their investment choices. In this context, the demand for investment alternatives that not only provide high financial returns but also provide positive environmental results has increased.
- Institutional investors started to prefer to include green bonds in their investment portfolios in order to raise their

Environmental, Social and Governance (ESG) ratings (Yucel, 2023).

The formation process of green bonds dates back to 2007 with the first issuances from supranational institutions. However, the market has actually sprouted after the launch of ICMA's "Green Bond Principles"⁵ in 2014. Summarized the Green Bond Principles by ICMA (2021). The Principles are a combination of voluntary frameworks created with a mission and vision to support the role of global debt capital markets in financing environmental and social sustainability development. In addition, these principles promote market integrity by outlining best practices for bond issuances that serve social and/or environmental purposes, with global guidelines and recommendations that support transparency and disclosure. In this context, the "Green Bond Principles" have been established taking into account the ongoing developments in understanding of environmental phenomena and consequences, by seeking the opinions of other parties and current opinions. In addition, these principles provide complementary definitions, standards and taxonomies used to determine the environmental sustainability of projects where necessary, providing high-level categories for appropriate "Green Projects". There are four important requirements (components to be done) for compliance with these principles of ICMA (ICMA, 2021: 1-3):

Table 2. The Four Core Components for Alignment With the Green Bond Principles Are

1. Use of Proceeds (Use of revenues)	Green bond proceeds are differentiated from other bonds only by investing in green projects such as climate change mitigation (prevention) and adaptation and conservation of natural resources.
--	--

⁵ Green Bond Principles; The Social Bond Principles are published under the Sustainable Bond Guidelines and the Sustainability-Linked Bond Principles and Principles.

2. Process for Project Evaluation and Selection (Project evaluation and selection)	The environmental sustainability objectives of the appropriate Green Project should be clearly communicated to investors by the issuer. In addition, in this process, it is recommended to conduct an examination by external expert organizations in order to make the project evaluation credible.
3. Management of Proceeds (Management of revenues)	It is important to monitor the proceeds of the green bonds from the moment they are received to the realization of the project, as they must be used for specific purposes. Project revenues and returns of investors are subject to tracking and monitoring to ensure full transparency.
4. Reporting	Through reporting, issuers should have up-to-date information on projects financed using revenues from green bonds and their expected environmental impacts. To ensure transparency, all project parameters should be reported annually in an accurate, complete and standardized manner.

Source: Azhgaliyeva and Kapsalyamova, 2023: 1.

In addition to the four main components above, ICMA (2021: 4-5) does not limit the appropriate “Green Project” categories to a list, but categorizes them as follows: renewable energy, energy efficiency, pollution prevention and control, living natural resources and environmental use of land use, sustainable management, conservation of terrestrial and aquatic biodiversity, clean transportation, sustainable water and wastewater management, adaptation to climate change, products adapted to the circular economy, production technologies and processes and/or certified eco-efficient products and green buildings. For example, within the scope of energy efficiency; new and renovated buildings, energy storage, central heating, smart grids, devices and products can be included in the project. In this context, green bonds are debt instruments in which the issuer explicitly commits to use the proceeds to finance alternative energy, including research and development support to overcome technological challenges, increase energy efficiency, increase water efficiency and sustainability, and reduce waste and pollution control (Alharbi et al. , 2023: 4).

The decision to focus on government green bonds is based on several reasons: First, governments are exposed to environmental risks both by directly dealing with the consequences of natural disasters and indirectly by providing incentives for green and renewable energy. Governments have started to deal with environmental risks by issuing green bonds. In 2018, there was a significant increase in countries' green bond issuance as an important sign in the fight against environmental problems. In addition, the impact of climate change on the world economy is still at the top of the agenda around the world. In this context, the possibility of having green financial instruments promoted by sovereign institutions may be the right incentives for other organizations such as financial institutions and companies to invest and promote green productive capital. Therefore, examining incentives by countries in response to the growing awareness of the impact of climate change on the world economy can help governments and regulators promote green finance by allowing climate-related risks to be mitigated (Dell'Atti et al., 2022: 506).

3.3.Differences Differentiating Sovereign Green Bonds from Other Government Bonds

Green bonds refer to debt securities issued to increase the capital allocated for green projects. However, this definition varies depending on what constitutes green projects. For example, the Green Bond Principles, established in 2014 and maintained by ICMA, set out the guidelines and categories of green projects (ICMA, 2021). The Climate Bonds Standards, built on the Green Bond Principles by the Climate Bonds Initiative (CBI), provide an industry-specific definition of "green" and are used by the CBI for certification of green bonds (Sakai et al., 2022: 2).

Green bond funds allow individual investors to bring an environmental advantage to their bond investments. They are

intended to have a positive environmental advantages, such as preventing pollution. Unlike a conventional bond, Sovereign Green Bonds are only used to finance projects with environmental advantages. Proceeds from green bonds must be certified by third parties who must verify that they finance projects that provide environmental advantages. Therefore, for first-time green bond issuers, the process of issuing green bonds can be cumbersome with administrative and compliance costs (Ballouk et al., 2023: 2). This may cost more than current or standard government bonds. However, when considering the environmental advantages to be obtained in the long term, it should not be forgotten that it creates a positive externality.

One of the arguments for using bonds to finance climate change mitigation is that at least some of the required investment must be paid by future posterities so that the current posterity does not bear the full burden of mitigating climate change. Debt financing has historically been used to finance large-scale projects such as infrastructure, and the repayment of loans has spanned several posterities. Climate change is by definition an intergenerational problem, as greenhouse gases are long-lived and their effects will be felt long after emissions have occurred. The issues of intergenerational justice and equity have been brought up in a number of studies. It mainly focuses on the fact that climate change creates an intergenerational externality and the current posterity imposes high costs on future posterities (Maltais and Nykvist, 2020: 1). The necessity of obtaining external evaluation services from internationally accredited institutions before and after the issuance of green debt instruments creates a cost increase compared to standard government bonds, but also causes the bond issuance process to be prolonged.

In traditional capital markets, environmentally focused bonds have been used in recent years is gaining importance.

Green proceeds from its bonds are pre-empted for low-carbon development export to support some projects that meet the specified criteria is being done. These bonds are very well received by environmentally conscious investors. Transparency is very important for Sovereign Green Bonds. Which of the eligible green projects category of the project to be financed in a transparent manner to the investor by determining environmental sustainability targets should be explained. The inclusion of an external observer in the project evaluation and selection process makes the process more contributes to its transparency.

4. GREEN BOND MARKET AND SOVEREIGN GREEN BOND IN TÜRKİYE

Within the scope of the transition planning to a low-carbon economy, according to the European Union's growth strategy called the European Green Consensus, it is aimed that Europe will become the world's first carbon-neutral continent by zeroing net greenhouse gas emissions by 2050. Within the scope of the European Green Agreement, the main industry, trade and financing fields, public institutions and T.R. Studies are carried out to manage transition risks under the coordination of the Ministry of Commerce (CBRT, 2021: 15).

In 2021, the Ministry of Commerce published the Green Deal Action Plan, which is a roadmap for the development of sustainable finance. The Presidency's Strategy and Budget Department and the Ministry of Treasury and Finance announced the Economic Reform Action Plan, whose main objective is to promote green finance activities. One of the most important developments of 2021 is the establishment of the Financial Sustainability Working Group, which includes the Banking Regulation and Supervision Agency (BRSA), CBRT and Commercial banks, under the leadership of the Ministry of

Treasury and Finance. In the same year, the Green Debt Instrument and Lease Certificate Guide was published in order to set a standard for green debt instruments, which obliges external evaluation services to be obtained from internationally accredited institutions before and after the issuance of green debt instruments.

The firsts regarding the green bond issuance in Türkiye's sustainable finance journey are listed below;

- ✓ Development and Industry Bank of Türkiye became the first Turkish bank to issue green and sustainable bonds worth 300 million dollars in international markets in 2016.
- ✓ Garanti BBVA's 5-year maturity and \$50 million new generation green bond issuance is the first transaction to be made in Türkiye.
- ✓ The first green public offering was offered to the public in 2021 by Galata Wind Enerji A.Ş. under the leadership of Garanti BBWA Yatırım.
- ✓ Arçelik became the first real sector actor in Türkiye to issue green bonds with 350 million Euros (Simsek and Tunali, 2022: 37).

In the Financial Stability Report published by the CBRT in May 2021, with the Public Disclosure Platform (PDP) disclosures and data obtained from commercial banks, the mentioned bond issuance dates, amounts and maturity are given in the table below.

Table 3. Sustainability and Environmental Bond Issues in the Banking Sector in Türkiye

Issue date	Amount	Maturity	Types
18.05.2016	300 \$	5 year	Environmental Bonds
28.03.2017	300 \$	10 year	Sustainability-Linked Bond
30.06.2017	150 ₺	5 year	Environmental Bonds
21.08.2019	50 \$	10 year	Environmental Bonds
20.12.2019	50 \$	5 year	Environmental Bonds

21.01.2020	50 \$	5 year	Environmental Bonds
05.08.2020	50 \$	5 year	Environmental Bonds
08.12.2020	750 \$	5 year	Sustainability Bond
14.01.2021	350\$	5 year	Sustainability Bond
28.01.2021	600\$	5 year	Sustainability Bond

Source: Central Bank of the Republic of Türkiye May 2021 Financial Stability Report.

In the Financial Stability Report published by the CBRT in May 2021; Environmental bonds are defined as bonds issued to finance investments that advantage the environment in areas such as infrastructure, energy and transportation. In addition, it is seen in the report that the amount of environmental/sustainable bonds issued by the banking sector has gradually increased and reached a total of USD 2.7 billion since 2016 (CBRT, 2021: 16). As a reflection of climate change, which quickly settled on the global financial agenda with the onset of the COVID-19 pandemic, environmental financing activities accelerated. Environmental-friendly bond issuances, which have been increasing rapidly as of 2020, decrease due to increasing interest rates and market volatility, as well as the energy problems created by the Russia-Ukraine conflict for Europe, similar to other bond issuances. Similar evaluations were included in the Financial Stability Report published by the CBRT in November 2022, and it was stated that the Russia-Ukraine conflict increased energy supply problems and caused a decrease in environmental financing activities for climate change (CBRT, 2022: 7). In the last Financial Stability Report published in May 2023, it was emphasized that the sustainability-themed bond issuance and bank loans, which increased rapidly under the leadership of developed countries with the COVID-19 epidemic, recorded significant growth, but the green bond market lost momentum due to increased financing costs as a result of tightening monetary policy implementations.

4.1.Sovereign Green Bond Studies in Türkiye

While the French government was the first state to announce that it would issue green bonds by including green bonds in its budget in fiscal 2017, Poland was the first country to issue green bonds in order to increase its renewable energy production capacity and use it in clean transportation technologies. In Türkiye, the green bond issuance was made for the first time in 2016 by the Turkish Industrial and Development Bank. The Industrial and Development Bank of Türkiye, under the coordination of seven banks, issued green bonds with a maturity of five years and amounting to 300 million dollars abroad (Kandır and Yakar, 2017: 87-88).

In Türkiye, in parallel with the developments in the world, towards sustainable development and green transformation. policies are developed and implemented. On November 12, 2021, the “Sustainable Finance Framework Document” was prepared and shared with the public by the Ministry of Treasury and Finance, which will form the basis for borrowing transactions that can be carried out in the international “ESG (Environmental, Social and Governance) bond market. This framework document is intended to be used in green, social or sustainable bond or lease certificate type borrowing transactions to be carried out by the Ministry in international capital markets. It also confirms that the prepared framework document is reliable, effective and in line with ICMA 2021 Sustainability Bond Principles, ICMA 2021 Green Bond Principles, ICMA 2021 Social Bond Principles, Loan Market Association-LMA 2021 Green Credit Principles and LMA 2021 Social Credit Principles. The “Second-Party Opinion” document, which has been approved, was obtained from the international evaluation company Sustainalytics.

In the 2022-2024 Medium Term Program, it was stated that within the scope of green transformation policies, green bond

and sukuk issuances will be encouraged by preparing a guide in line with international standards in order to finance environmentally sensitive investments. In this context, in order to collect financial resources needed by new business ideas and venture companies in 2022, the procedures and principles regarding debt-based crowdfunding were determined and the crowdfunding legislation was combined in a single Communiqué. In addition, the Green Debt Instrument, Sustainable Debt Instrument, Green Lease Certificate and Sustainable Lease Certificate Guide were published with the aim of carrying out the issuance of green and sustainable debt instruments in compliance with the best practices and standards in international financial markets (Strategy and Budget Department, 2022: 13).

One of the main objectives of the 2023-2025 Medium-Term Program, which has been prepared recently by the Strategy and Budget Presidency, is that green transformation will be given importance in all areas of the economy and in all sectors during the program, taking into account the multifaceted effects of climate change in the environmental, social and economic fields and within the framework of development priorities. Strategy and Budget Presidency, 2022: 15). The issuance, which will start at the end of January 2023 for the first time by the Ministry of Treasury and Finance, is planned to be made in the first quarter of 2023. On April 5, 2023, the Ministry of Treasury and Finance carried out the first green bond issuance in the international capital markets.

Within the framework of the 2023 foreign financing program, Bank of America, ING, J.P. on April 5, 2023 for a green bond issuance with a maturity of 2030 in USD. Authorized by Morgan and Standard Chartered. The said issue was concluded on the same day and the issue amount was 2.5 billion Dollars. This bond is the Treasury's first ESG bond issued in international capital markets.

Table 4. Bond Issues in International Capital Markets in 2023

Issue date	Currency type	Amount	Due Date	Coupon Rate (%)	Price (%)	Return to Investor (%)
19.01.2023	USD Dolar	2,75 Billion	19.01.2033	9,375	97,638	9,750
14.03.2023	USD Dolar	2,25 Billion	14.03.2029	9,375	99,438	9,500
13.04.2023	USD Dolar	2,50 Billion	13.07.2030	9,125	99,117	9,300

Source: Ministry of Treasury and Finance April 2023 Press Release.

According to the data shared with the public by the Ministry of Treasury and Finance as of April 6, 2023, the coupon rate of the green bond, which will expire on July 13, 2030, is 9.125% and the return rate to the investor is 9.30%. It was shared with the public by the Ministry of Treasury and Finance that the demand for the issuance was received by approximately 200 investors and more than 3 times the issuance amount. In addition, it was stated that 31% of the bond investors are from the UK, 19% from Türkiye, 18% from the USA, 16% from the Middle East, 15% from Other Europe and 1% from other countries. As seen in Table 4, the cost incurred by the treasury in the auctions in January and March 2023 is 9.375%, while the interest cost of the green bond is 9.125%. In this context, it is seen that the Treasury incurs less costs and has more inflows into its coffers compared to the government bond issuances carried out in January and March 2023.

5. CONCLUSION AND EVALUATIONS

As the world population continues to increase and global warming increases with climate change, environmental protection policies are required to leave a livable world to future generations due to the decreasing natural resources against all these increases. Governments are trying to fulfill the promises of the Paris Climate

Agreement by using fiscal policy instruments, including direct expenditures as well as market instruments such as taxation and carbon markets. However, it has been discussed in the recent literature that these fiscal policy tools may not be sufficient to fulfill the commitments of the Agreement, and most importantly, that much stronger steps should be taken compared to the Agreement to which it is a party. In addition, the costs of financial instruments such as financial incentives or carbon tax carry the risk of hindering current economic growth by increasing the problems of equality between generations. Traditional (general) bonds can be used to support any legal project, but proceeds from green bonds can only be used to support initiatives that mitigate climate change, conserve natural resources or preserve biodiversity. In this respect, it is important for states to use green bonds in climate finance, which has long-term consequences.

Government debt financing has historically been used to finance large-scale projects such as infrastructure, and the repayment of loans has spanned several generations. One of the main arguments for using bonds to finance climate change mitigation is; that at least some of the necessary investment must be paid for by future generations so that the present generation does not bear the full burden of mitigating climate change. In this respect, it is important for states to use green bonds in climate finance, which has long-term consequences. The market size of the green bond market is still small, but it is developing rapidly. Poland was the first country to issue “Sovereign Green Bonds” in December 2016, followed by France in January 2017. The use of Sovereign Green Bonds in climate finance plays an important role in eliminating the financing deficiency of the states.

In Türkiye, which became a party by signing the Paris Climate Agreement in 2021, studies are being carried out by the Ministry of Treasury and Finance to issue Sovereign Green Bonds in climate finance. In the 2022-2024 Medium Term Program, it

was stated that within the scope of green transformation policies, green bond and sukuk issuances will be encouraged by preparing a guide in line with international standards in order to finance environmentally sensitive investments. The issuance, which will start at the end of January 2023 for the first time by the Ministry of Treasury and Finance, is planned to be made in the first quarter of 2023. The financing provided through the green bond issuance is aimed to be used for the financing/refinancing of green projects that meet the eligibility criteria.

The Ministry of Treasury and Finance carried out the first green bond issuance in the international capital markets on April 5, 2023. As a developing country, Türkiye's treasury has incurred less costs with Sovereign Green Bonds compared to traditional government bonds, and more money has been entered into its coffers. In the global recession environment, Sovereign Green Bonds can contribute to addressing the market-based financing gap for Türkiye. These environmental protection policies are also very important in terms of ensuring a sustainable growth in Türkiye. It is a very new financial system that has started to develop in the world in recent years and is also quite new for Türkiye. In order to take advantage of the opportunities offered by the Sovereign Green Bonds, which are the product, for Türkiye, a successful first export was realized by taking the necessary steps. In the next process, first of all, standardization for green projects, reporting, increasing the green project capacity of public institutions and increasing green finance awareness and literacy issues such as these can be highlighted in this context.

REFERENCES

Akhtaruzzaman, M., Banerjee, A. K., Ghardallou, W., & Umar, Z. (2022). Is greenness an optimal hedge for sectoral stock indices?. *Economic Modelling*, 117, 106030.

- Alharbi, S. S., Al Mamun, M., Boubaker, S., & Rizvi, S. K. A. (2023). Green finance and renewable energy: A worldwide evidence. *Energy Economics*, 106499.
- Altıngöz Zarplı, S. & Goksu, E. M (2021). Covid-19 Sürecinin Kamu Harcamalarına Yansıması, Polat, O. (ed), Sosyal Bilimler Alanında Teori, Uygulama, Tarihsel ve Güncel Tartışmalar, 171-186.
- Augustine, B., & Rafi, O. M. (2023). Public debt-economic growth nexus in emerging and developing economies: Exploring nonlinearity. *Finance Research Letters*, 52, 103540.
- Azhgaliyeva, D., & Kapsalyamova, Z. (2023). Policy support in promoting green bonds in Asia: empirical evidence. *Climate Policy*, 1-16.
- Ballouk, H., Mefteh-Wali, S., Tabbah, G., & Jabeur, S. B. (2023). Institutional Investors and Public Authority Ownership Impact on Green Bonds Issue: Evidence from France. *Journal of Innovation Economics Management*, 1130-23.
- Baretto, C. (2021). Climate bonds initiative. Date of access: 3.2.2023. <https://www.unepfi.org/wordpress/wp-content/uploads/2020/06/Carolina-Barreto-Representante-de-Climate-Bonds-Initiative-CBI.pdf>
- Braga, J. P., Semmler, W., & Grass, D. (2021). De-risking of green investments through a green bond market–Empirics and a dynamic model. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 131, 104201.
- Central Bank of the Republic of Türkiye (CBRT) (2021). Financial Stability Report (No: 32). Access address: https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/82b86baf-01ad-4eb1-a01d2210c21fa37d/F%C4%B0R32_TAM+MET%C4%B0R32_TAM+MET

B0N.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE82b86baf-01ad-4eb1-a01d-2210c21fa37d-nGacPVD

Central Bank of the Republic of Türkiye (CBRT) (2022). Financial Stability Report (No: 34). Access address: <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/994eeecf-2a8d-48bc-91b681450a2866e6/1.Tam+Metin.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE994eeecf-2a8d-48bc-91b6-81450a2866e6-oldp8SF>

Central Bank of the Republic of Türkiye (CBRT) (2023). Financial Stability Report (No: 36). <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/577172b0-7dc5-4c4e-9d67-2162d64babdcd7/1.Tam+Metin.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-577172b0-7dc5-4c4e-9d67-62d64babdcd7-owJNdzV>

Darvas, Z., & Wolff, G. B. (2022). A Green Fiscal Pact for the EU: increasing climate investments while consolidating budgets. *Climate Policy*, 1-9.

Dell'Atti, S., Di Tommaso, C., & Pacelli, V. (2022). Sovereign green bond and country value and risk: Evidence from European Union countries. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 33(3), 505-521.

Demir, A. (2022). Paris Anlaşması ve 26. Taraflar Konferansı (COP 26)'nda Türkiye Değerlendirmesi: Yükümlülükler ve Sorumluluklar. *Biyolojik Çeşitlilik ve Koruma*, 15(2), 162-170.

Doronzo, R., Siracusa, V., & Antonelli, S. (2021). Green bonds: The sovereign issuers' perspective. *Bank of Italy Markets, Infrastructures, Payment Systems Working Paper*, (3).

- Eser, L. Y. & Birinci, N. (2014). İç ve Dış Borç Tercihini Etkileyen Faktörler. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 10 (23), 31-52.
- Ministry of Treasury and Finance (2023). Press Release, https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2023/04/20230406_Basin-Duyurusu-1.pdf Date of access: 12.06.2023.
- Flammer, C. (2020). Green bonds: effectiveness and implications for public policy. Environmental and Energy Policy and the Economy, 1(1), 95-128.
- ICMA (2021). Green bond principles: Voluntary process guide for green bond issuance, Access Address: <https://www.icmagroup.org/assets/documents/Regulatory/GreenBonds/Translations/2021/Turkish-GBP-2021.pdf?vid=2> Date of access: 12.06.2023.
- Kandır, S. Y., & Yakar, S. (2017). Yenilenebilir enerji yatırımları için yeni bir finansal araç: Yeşil tahviller. Maliye dergisi, 172, 85-110.
- Kaya, L. & Cadırcı, Ç. (2022). Kamu İç Borç Stoku ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye İçin Nedensellik Analizi. Ekonomi Maliye İşletme Dergisi, 5(1), 130-139.
- Kurucan, H. & Altıngöz Zarplı, S. (2022). Objektif Vergi Yüğü ve Algılanan Vergi Yüğü İlişkisi: Trabzon İli Örneğı, Anadolu Strateji Dergisi, 4(2), 85-98.
- Maltais, A., & Nykvist, B. (2020). Understanding the role of green bonds in advancing sustainability. Journal of sustainable finance & investment, 1-20.
- Millar, R. J., Fuglestedt, J. S., Friedlingstein, P., Rogelj, J., Grubb, M. J., Matthews, H. D., ...& Allen, M. R. (2017). Emission budgets and pathways consistent with limiting warming to 1.5 C. Nature Geoscience, 10(10), 741-747.

- Orkunoglu, I. F. (2010). Hazine Bonosu ve Devlet Tahvillerinin Vergilendirilmesi. *Gündem*, Ocak, 7-12.
- Prakash, N., & Sethi, M. (2021). Green bonds driving sustainable transition in Asian economies: The case of India. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 723-732.
- Sakai, A., Roch, F., Wiriadinata, U., & Fu, C. (2022). Sovereign Climate Debt Instruments: An Overview of the Green and Catastrophe Bond Markets. *Staff Climate Notes*, 2022 (004).
- Sartzetakis, E. S. (2021). Green bonds as an instrument to finance low carbon transition. *Economic Change and Restructuring*, 54(3), 755-779.
- Strategy and Budget Department, (2022). 2023-2025 Medium Term Program, <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/09/Orta-Vadeli-Program-2023-2025.pdf> (Date of access: 18.02.2023).
- Simsek, O., & Tunalı, H. (2022). Yeşil Finansman Uygulamalarının Sürdürülebilir Kalkınma Üzerindeki Rolü: Türkiye Projeksiyonu. *Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 4 (1), 16-45.
- Tang, D. Y., & Zhang, Y. (2020). Do shareholders benefit from green bonds?. *Journal of Corporate Finance*, 61, 101427.
- Yelghi, A. & Yelghi, A. (2021). Türkiye Devlet Tahvil Piyasasının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 22 (2), 107-120.
- Yucel, O. (2023). Use of Green Bonds to Promote Green Projects. In *Handbook of Research on Promoting Sustainable Public Transportation Strategies in Urban Environments* (pp. 141-163). IGI Global.

BAŞARILI İNOVASYON UYGULAMALARI İÇİN İTİCİ MEKANİZMALAR

Celal YILMAZ¹

1. GİRİŞ

Günümüzün hızla değişen ve son derece rekabetçi iş dünyasında yenilikçiliğin önemi ne kadar vurgulansa azdır. Yaşanan gelişmeler sonucunda yenilikçilik (inovasyon); başarılı ve gelişen işletmeleri, değişimlere adapte olmaya çalışan işletmelerden ayıran çok önemli bir faktör haline gelmiştir (Sati ve Işık, 2011). Bu dinamik ortamda ilgili ve rekabetçi kalabilmek için işletmeler, müşteri ihtiyaçlarını karşılamak, değişen pazar dinamiklerine uyum sağlamak ve işlevsel verimliliklerini artırmak için sürekli olarak yeni ve yaratıcı yaklaşımlar aramalıdırlar (Álvarez-García, González-Vázquez, Del Río-Rama ve Durán-Sánchez, 2019). Bununla birlikte, başarılı yenilikçiliğin gerçekleştirilmesi yalnızca parlak fikirlere dayanmakla veya en son teknolojilerden yararlanmakla mümkün değildir. Bununla birlikte, etkili yönetim uygulamaları, yenilikçiliği beslemek ve geliştirmek için eşit derecede önemlidir (Higgins, 1995). Yenilikçilik ve yönetsel uzmanlığın kesiştiği noktada işletmeler potansiyellerini tam olarak ortaya çıkartabilir ve pazarda sürdürülebilir bir avantaj sağlayabilirler. Bu bağlamda, bu bölüm işletmelerde yenilikçilik ve yönetsel avantajlar arasındaki çok yönlü ilişkiyi incelemek amacıyla kaleme alınmıştır. Bölüm kapsamında, yenilikçi düşünme sanatının yetenekli yöneticiler tarafından nasıl

¹ Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, cyilmaz@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3354-7681.

yönlendirilebileceği, beslenebileceği ve stratejik olarak yönlendirilebileceği tartışılmaktadır. Bunu yaparken, yönetsel mükemmelliğin yenilikçilik girişimleri için bir katalizör görevi görerek onları başarılı bir şekilde gerçekleştirmeye doğru iten çok yönlü yolları aydınlatılmaktadır. Her şeyden önce etkili yönetim, yenilikçiliği sadece teşvik etmekle kalmayıp aynı zamanda kutlayan bir kurum kültürünü şekillendirmek gibi önemli bir sorumluluğu üstlenir (Ahmed, 1998; Hogan ve Coote, 2014).

Yöneticiler, çalışanların fikirlerini paylaşma, yeni yaklaşımlar deneme ve hesaplanmış riskler alma konusunda kendilerini güçlü hissettikleri bir ortam yaratarak tüm örgüte yön verirler. Açık iletişim, destekleyici liderlik ve değişimi kucaklama isteği sayesinde yöneticiler, yenilikçiliğin sadece hayatta kalmakla kalmayıp geliştiği bir atmosferi teşvik ederler. Dahası, yönetsel beceriler yenilikçilik için stratejik fırsatların belirlenmesinde önemli bir rol oynar (Newell, Scarbrough ve Swan, 2009). Yöneticiler pazar trendlerine, rakiplerin faaliyetlerine ve yeni teknolojilere karşı duyarlı kalarak, yenilikçiliğin en önemli etkiyi yaratabileceği alanları belirleyebilirler. Daha sonra, ister finansal, ister insani veya teknolojik olsun, kaynakları bu yenilikçi çabaları etkin bir şekilde destekleyecek şekilde tahsis edebilirler.

Etkili yönetim uygulamaları yenilikçi projelerin yürütülmesi ve uygulanmasında da vazgeçilmezdir. Yöneticiler, ulaşılabilir hedefler belirlemek, proje zaman çizelgelerini tanımlamak ve ekiplerin sorumluluklarını yerine getirmek için gerekli kaynaklara ve desteğe sahip olmalarını sağlamakla görevlidirler. Zorlukların üstesinden gelme, kritik kararlar alma ve stratejileri gerektiği gibi uyarılama konusunda yöneticiler, yenilikçilik girişimlerinin ivmesini korumada çok önemli bir rol oynarlar.

Konuyu bir başka boyutu ile ele aldığımızda, yönetim becerisi yenilikçilik süreci boyunca risk değerlendirme ve azaltmada hayati bir rol üstlenir. Yenilikçilik doğası gereği belirsizlik ve risk içerir (York ve Venkataraman, 2010; Biçkes ve Özdevecioğlu, 2016). Deneyimli yöneticiler riskleri değerlendirme, acil durum planlarını formüle etme ve olası tuzakları azaltma konusunda yeteneklidirler. Böylece yenilikçilik projelerinin yolunda ve bütçe dahilinde kalmasını sağlarlar.

Son olarak, yenilik tek başına gerçekleşmez; fonksiyonlar arası iş birliği gerektirir (Burki ve Dahlstrom, 2017). Yöneticiler, farklı ekipleri bir araya getirme, çabalarını dengeleme ve yenilikçiliği ilerletmek için kolektif uzmanlıklarından yararlanma konusunda yetkilidir. Disiplinler arası iş birliğinin gelişebileceği bir çerçeve oluşturarak daha bütünsel ve etkili inovasyonların ortaya çıkmasını sağlarlar (Jin ve Xing, 2022). Yenilikçilik ve yönetsel avantajlar arasındaki ilişki karşılıklı olarak birbirini güçlendirir. Yenilikçilik iş dünyasının büyümesini sağlarken ve rekabet gücünü artırırken, gelişmek için etkin yönetim uygulamalarına ihtiyaç duyar. Deneyimli yöneticiler, yenilikçilik kültürünü geliştirerek, stratejik fırsatları belirleyerek, uygulamayı denetleyerek, riskleri yöneterek ve iş birliğini teşvik ederek, örgütlerini yenilikçiliğin tüm potansiyelini ortaya çıkarmaları için güçlendirirler. Doğal olarak, günümüzün sürekli gelişen ve dinamik iş ortamı karşısında işletmelerini sürdürülebilir başarıya doğru yönlendirirler (Newell, Scarbrough ve Swan, 2009).

2. İNOVAYON VE İTİCİ MEKANİZMALAR

Bu başlık altında, inovasyon yönetiminin başarıya ulaşması için itici mekanizmalar olarak değerlendirilen yönetsel

bağlılık, yönetsel uygulamalar, yenilikçilik yeteneği, liderlik tarzı ve teknoloji konularına değinilmiştir.

2.1. Yönetsel Bağlılık ve İnovasyon

Yönetsel bağlılığın inovasyonu teşvik etmedeki rolü, işletmelerin başarısı için çok önemlidir. Yönetsel bağlılık, bir örgütteki yenilikçilik girişimlerine yönelik tepe ve üst düzey yönetim tarafından sağlanan tanıma ve desteği ifade eder (Burki ve Dahlstrom, 2017). Yönetsel bağlılığın yeşil süreç inovasyonu, yeşil yönetsel inovasyon ve süreç inovasyonu gibi inovasyonun çeşitli yönlerini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir (Burki, Ersoy ve Najam, 2019). Bu bağlılık, yöneticileri ve çalışanları yenilikçilik faaliyetlerine aktif olarak katılmaya ve örgütün genel başarısına katkıda bulunmaya motive eden itici bir güç görevi görür (Yahya, Ahmad ve Fatima, 2008). Yönetsel bağlılık, çalışanların yenilikçilikle ilgili görevlere bağlılığını ve katılımını teşvik etmede de önemli bir rol oynamaktadır. Araştırmalar, yönetsel bağlılığın bir biçimi olan yönetsel koçluğun çalışan bağlılığını, iş tatminini ve yenilikçi iş davranışını pozitif yönde etkilediğini göstermiştir (Bak, 2020; Ali vd., 2020). Yöneticiler astlarına karşı yüksek düzeyde bağlılık ve destek gösterdiğinde, bu bir güven ve güçlendirme duygusu yaratarak çalışanların motivasyonunun ve yenilikçi faaliyetlerde bulunma istekliliğinin artmasına yol açar (Ali vd, 2020).

Ayrıca, yönetsel bağlılık, örgütsel öğrenme kabiliyeti ve kurum içinde öğrenme odaklı bir kültürün geliştirilmesi ile yakından bağlantılıdır (Jaw ve Liu, 2003; C.-K. Lee, Tan ve Chiu, 2008). Yönetsel bağlılığın, sistem oryantasyonu ile birlikte, örgütsel öğrenme kabiliyetinin geliştirilmesine katkıda bulunduğu ve bunun da örgütün yenilikçiliğini teşvik ettiği tespit edilmiştir (Mienipre ve Akhigbe, 2021). Yöneticiler, öğrenme odaklı bir ortamı teşvik ederek, çalışanları bilgi edinmeye ve

aktarmaya, yeni fikirler keşfetmeye ve sürekli öğrenmeye teşvik edebilir ve böylece örgüt içinde inovasyonu teşvik edebilir (Özdevecioğlu ve Bıçkes, 2012). Yönetmel bağıllık, işletmelerde yenilikçiliği teşvik etmede çok önemli bir rol oynamaktadır. Yeşil inovasyon, süreç inovasyonu ve çalışanların yenilikçi iş davranışlarına katılımı gibi yenilikçiliğin çeşitli yönlerini etkiler. Yöneticiler, yenilikçilik girişimlerine bağıllık ve destek göstererek yaratıcılığı, öğrenmeyi ve sürekli iyileştirmeyi teşvik eden bir kültür yaratabilir, bu da yenilikçiliğin ve örgütsel başarının artmasına yol açabilir (Granerud ve Rocha, 2011).

Araştırmalar, yönetmel bağların örgütlerdeki yenilikçilik üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabileceğini göstermiştir. Bazı çalışmalar, güçlü yönetmel bağların bilgi paylaşımını, bilgi alışverişini ve dış kaynaklara erişimi kolaylaştırarak yenilikçiliği geliştirebileceğini ortaya koymuştur (Heavey, Simsek ve Fox, 2015; Shu vd., 2011). Örneğin, dış paydaşlarla güçlü bağları olan yöneticiler pazar eğilimleri, gelişen teknolojiler ve müşteri ihtiyaçları hakkında değerli bilgilere erişebilir ve bu bilgiler yenilikçi fikirlere ilham verebilir. Öte yandan, yönetmel bağlara aşırı güvenmenin de yenilikçilik açısından olumsuz sonuçları olabilir. Mevcut ağlara ve ilişkilere aşırı güvenmek yeni fikirlere, bakış açılara ve iş birliği fırsatlarına açık olmayı sınırlayabilir (Guo, Zhao ve Tang, 2013). Ayrıca, güçlü bağlar bazen grup düşüncesine ve değişime karşı dirence yol açarak yeni fikirlerin ve yenilikçi yaklaşımların keşfedilmesini engelleyebilir (Janssen, 2003).

Yönetmel bağların yenilikçilik üzerindeki etkisi sektör içi rekabet, sahiplik yapısı ve çevresel belirsizlik gibi bağlamsal faktörlerden de etkilenebilir (Kearns ve Lederer, 2004). Örneğin, yönetmel bağlar ve yenilikçilik arasındaki pozitif ilişki, dış bilgi ve kaynaklara erişimin hayatta kalmak ve başarı için kritik önem taşıdığı yüksek rekabet ve belirsizlik seviyelerine sahip sektörlerde daha güçlü olabilir. Ayrıca, yönetmel bağların

yenilikçilik üzerindeki etkisi başka faktörlerin aracılığı ile gerçekleşebilir. Örneğin, yönetsel bağlar ile örgüt performansı arasındaki ilişkide ürün inovasyonunun aracılık rolü araştırılmıştır (Sami, Rahnavard ve Tabar, 2019). Ürün inovasyonunun, yönetsel bağlar ve örgüt performansı arasında bir aracı görevi gördüğü öne sürülmüştür; bu da yönetsel bağların örgüt performansı üzerindeki olumlu etkilerinin kısmen ürün inovasyonu üzerindeki etkileriyle açıklandığını göstermektedir.

2.2. Yönetsel Uygulamalar ve İnovasyon

Kaynakların akıllıca korunmasını sağlarken yenilikçiliği teşvik etmek için yönetsel uygulamalardan yararlanabilmek bir sanattır. Dış kaynaklı (yabancı ülke) yönetim uygulamaları genellikle yenilikçilik için bir katalizör görevi görmektedir. Fakat dış kaynaklı yönetim uygulamalarını yeni sosyal bağlamlara uyarlamada çok yönlü boyutların dikkate alınması oldukça önemlidir (Cakir ve Acar, 2019). Bu bölümün önemli bir yönü, yönetim uygulamalarının örgüt performansı üzerindeki etkisinin incelenmesini içermektedir. Çok sayıda çalışma, yeni yönetim (dış kaynaklı) uygulamalarının hayata geçirilmesi ile finansal performans arasında pozitif bir ilişki olduğunu öne sürmüş ve yönetim kararların bir örgütün genel sağlığı üzerindeki derin etkilerinin altını çizmiştir (Nemlioglu ve Mallick, 2017). Ancak, bu bölüm finansal boyutun ötesine geçerek yönetsel inovasyonun daha geniş etkilerini ve iş performansını artırmadaki rolünü incelemektedir. Özellikle odaklanılan bir alan, yönetsel inovasyonun günümüz iş dünyasında iki kritik boyut olan yeşil inovasyon ve örgütler arası iş birliği ile kesişmesidir. Bu bakış açısı ile, sürdürülebilir ve çevreye duyarlı iş uygulamalarını teşvik etmek için yenilikçi yönetim uygulamalarından nasıl yararlanılabileceğinin araştırılması güncel bir konudur (Burki ve Dahlstrom, 2017). Ayrıca, örgütler arası iş birliğinin dinamiklerini inceleyerek,

yönetim uygulamalarının şirketler arasında iş birliğini ve bilgi paylaşımını nasıl kolaylaştırabileceğine ışık tutulması da gerekir (Burki ve Dahlstrom, 2017).

Kaynak uyumluluğu dikkate alınması gereken bir diğer önemli kavramdır. Yöneticilerin yenilikçilik sonuçlarını geliştirmek için kaynakları nasıl etkin bir şekilde tahsis ve senkronize edebileceklerini açıklaması süreçlerin sağlıklı ilerlemesi için elzemdir. Bu uyumluluk sadece finansal kaynakların tahsisini değil, aynı zamanda yetenek, zaman ve teknolojinin stratejik tahsisini de içerir. İşletmeler, kaynak tahsisini optimize ederek yenilikçilik potansiyellerini en üst düzeye çıkarabilir ve değerli varlıklarını koruyabilir (Carnes vd., 2021).

Bir diğer taraftan, örgütlerde yenilikçi faaliyetlerin teşvik edilmesi ve geliştirilmesinde yönetsel yetkinliklerin büyük önem taşıdığının altının çizilmesi gerekir. Yöneticiler yalnızca karar almaktan değil, aynı zamanda bir yenilikçilik kültürü geliştirmekten de sorumludur (Frohman, 1998; Özdevecioğlu ve Bıçkes, 2012). Bu nedenle, etkili yöneticilerin sahip olması gereken liderlik, iletişim, uyum sağlama, yaratıcılık ve risk alma ortamını teşvik etme becerisi gibi çeşitli yetkinlikler açısından üstün gayret gösterilmesi gerekir (Szczepeńska-Woszczyzna ve Dacko-Pikiewicz, 2014).

2.3. İnovasyon Yeteneği ve İnovasyon

Yönetsel inovasyon ile bir örgütün yenilikçi kabiliyeti arasındaki ilişki, örgüt liderleri tarafından tesis edilen yenilikçi yönetsel uygulamalar ile örgütün yenilikçi faaliyetleri teşvik etme ve uygulama konusundaki kapsayıcı kabiliyeti arasındaki çok yönlü bağ ile ilgilidir (Adams, Bessant ve Phelps, 2006; Büschgens, Bausch ve Balkin, 2013). Bu çok yönlü ilişki, yeni yönetsel uygulamaların, süreçlerin ve stratejilerin geliştirilmesi ve uygulanması ile karakterize edilen yönetsel inovasyonun,

örgütün yenilik yapma kapasitesi üzerinde nasıl dönüştürücü bir etki yaratabileceğini varsaymaktadır. Yönetmel inovasyonun bir örgütün yenilik yapma kabiliyetini geliştirmedeki önemi ampirik araştırmalarla desteklenmektedir (Utomo vd., 2023). Örneğin, Ali ve diğerlerinin (2017)'deki çalışması, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelere (KOBİ'ler) odaklanarak, yönetmel kabiliyet ve uyarlanabilir kabiliyetin örgütsel inovasyonu teşvik etmedeki kritik öneminin altını çizmektedir. Adı geöen çalışma bulguları, örgütsel inovasyonu etkin bir şekilde yönlendirmek için yönetmel yetenekleri uyarlanabilir yeteneklerin içine sorunsuz bir şekilde entegre etmenin öneminin altını çizmektedir.

Ayrıca, Heubeck ve Meckl (2022)'in dikkat çekici çalışmalarında ortaya koydukları dinamik yönetmel kabiliyetler kavramı, özellikle hızla değışen ortamlar bağlamında, yöneticilerin doğal yetkinliklerinin ve önceki deneyimlerinin örgütün yenilikçi kabiliyetlerini yönlendirmedeki önemini vurgulamaktadır. Bu bakış açısı, yönetmel kabiliyetlerin dinamik doğasını ve bunların örgütün uyum kabiliyetini ve yenilikçilik eğilimini şekillendirmedeki vazgeçilmez rolünü kabul etmektedir.

Yönetmel inovasyon ve örgütsel inovasyon kabiliyeti arasındaki çok yönlü ilişki, bilgi paylaşımı, örgütsel öğrenme ve insan kaynakları uygulamalarını içeren faktörlerle daha da rafine hale gelmektedir. Nham ve diğerleri (2020), idari prosedürlerin iyileştirilmesinde, ekip iş birliğinin teşvik edilmesinde, bilgi paylaşımının kolaylaştırılmasında ve kurumsal ortamda bir öğrenme kültürünün oluşturulmasında örgütsel inovasyonun kilit rolüne atfı yapmaktadırlar. Hussain ve diğerleri (2019), insan kaynakları uygulamaları ile örgütsel inovasyon arasındaki çok yönlü ilişkiyi inceleyerek, insan kaynakları yönetiminin yenilikçi fikirlerin üretilmesi için elverişli bir ortamın teşvik edilmesindeki temel rolünü ele almaktadırlar.

Yönetmel inovasyon ile örgütsel inovasyon kabiliyetleri arasındaki bağlantının çok yönlü ve çeşitli bir olgu olarak ortaya çıkabileceğini kabul etmek hayati önem taşımaktadır. Yönetmel inovasyonun örgütsel inovasyon kabiliyeti üzerindeki etkisi, kurumsal bağlam, sektör dinamikleri ve örgütün kendine has özellikleri gibi bağlamsal faktörlere bağlı olarak değişebilir. Bu varyasyonlar, bu ilişkide yer alan belirli mekanizmaları ve süreçleri etkileyebilir.

2.4. Liderlik Tarzları ve İnovasyon

Bir işletmenin yenilik faaliyetlerinde ne derece başarılı olduğu, uygulanan liderlik tarzlarından önemli ölçüde etkilenmektedir. Birçok çalışma liderlik tarzları ile örgütlerin yenilikçi performansı arasındaki bağlantıyı araştırmıştır. Bu çalışmalarda yenilikçi kültür, örgütsel öğrenme, örgüt iklimi ve özümleme kapasitesi gibi faktörlerin aracı etkileri vurgulanmıştır (Adriansyah, Setiawan ve Yuniarinto, 2020; Alblooshi, Shamsuzzaman ve Haridy, 2020; Ardi ve Nanda, 2020; Cui, Lim ve Jaehoon, 2022; Rehman, Bhatti ve Chaudhry, 2019; Sethibe ve Steyn, 2015, 2018). Rehman ve diğerlerinin (2019) bulgularına göre, farklı liderlik tarzlarının örgütsel öğrenme, yenilikçi kültür ve bir işletmenin performansı üzerinde önemli bir etkisi vardır. Buna ek olarak, liderlik tarzları ile örgütsel performans arasındaki ilişkiye yenilikçi kültür ve örgütsel öğrenmenin aracılık ettiğini keşfetmişlerdir. Aynı doğrultuda, Ardi ve Nanda (2020)'nın araştırmasına göre, farklı liderlik tarzlarının bilgi paylaşımı, etkileşim yetenekleri, örgütlerde yenilikçilik ve örgütsel başarı üzerinde yapıcı bir etkisi vardır. Sethibe ve Steyn (2015) sistematik bir çalışma yapmışlar ve dönüşümcü liderlik tarzının yenilikçilikle güçlü bir şekilde bağlantılı olduğuna ve bunun da örgütsel performansla pozitif yönlü ilişkili olduğuna dair çok sayıda kanıt bulmuşlardır. Ayrıca dönüşümcü liderlik tarzının örgütsel performansla pozitif yönde bağlantılı olduğu sonucuna

varmışlardır. Cui ve diğerlerinin (2022) bulgularına göre, dönüşümcü ve etkileşimci liderlik tarzlarının bütünleştirilmesi bir örgütün yenilikçilik performansı üzerinde faydalı bir etkiye sahip olabilir. Adriansyah ve diğerleri (2020) tarafından yürütülen araştırma, etkileşimci liderlik tarzının bir işletmenin performansı üzerinde faydalı bir etkisi olduğunu keşfetmiştir. Steyn Sethibe ve Steyn (2018) ise yenilikçi davranışın, özellikle ilham verici motivasyon ve entelektüel uyarım olmak üzere dönüşümcü liderlik tarzlarından pozitif yönde etkilendiğini keşfetmiştir. Alblooshi ve diğerleri (2020), 64 bilimsel makaleyi kapsayan bir yazın alan çalışması yürütmüşler ve farklı liderlik türlerinin örgütsel yenilikçilik üzerinde faydalı bir etkisi olduğu sonucuna varmışlardır. Bu etki doğrudan örgütsel inovasyon üzerinde olabileceği gibi, örgütsel iklim, öğrenme ve bilgi paylaşımı gibi unsurlar aracılığıyla dolaylı olarak da ortaya çıkabilir. Berraies ve Abidine (2019) tarafından yapılan araştırmaya göre, dönüşümcü ve etkileşimci liderlik tarzları sömürücü yenilikçilik faaliyetlerini teşvik etmektedir, ancak çok yönlü liderlik çok yönlü yenilikçilik üzerinde faydalı bir etkiye sahiptir. Sethibe (2018) 'nin bulgularına göre, dönüşümcü liderlik tarzı yenilikçilik atmosferi ve örgütsel performans üzerinde doğrudan bir etkiye sahipken, yenilikçilik üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir. Lee ve diğerleri (2019) tarafından gerçekleştirilen bir meta-analizin bulgularına göre, dönüşümcü liderlik tarzı, takipçilerin yaratıcı ve buluşçu performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Bu çalışmalar toplu olarak, farklı liderlik tarzlarının, özellikle de dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzlarının, örgütlerin yenilikçi olma konusunda ne derece başarılı oldukları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğuna dair kanıtlar sunmaktadır. Dönüşümcü liderlik tarzı, ilham verici motivasyon, örgütsel öğrenme ve yaratıcı kültür de dahil olmak üzere bir dizi unsurla pozitif yönde bağlantılıdır (Demirtaş, vd., 2020). Bu

faktörler de örgütsel performansı ve inovasyonu pozitif yönde etkilemektedir (Sethibe, 2018; Sethibe ve Steyn, 2015). Buna ek olarak, bir işletmenin genel başarısı üzerinde faydalı bir etkiye sahip olan tarz ise etkileşimci liderlik tarzıdır. Dönüşümcü ve etkileşimci liderlik tarzlarını birleştirerek bir işletmenin yenilikçilik performansını daha da iyileştirmek mümkündür (Cui vd., 2022).

Örgüt iklimi, özümseme yeteneği ve örgüt kültürü gibi özelliklerin aracı etkileri, liderlik tarzları ile örgütlerin yenilikçilik performansı arasındaki ilişkide rol oynamaktadır (Granerud ve Rocha, 2011, Lee, 2019). Bu da ilişkiye katkıda bulunan bir başka unsurdur. Başka bir deyişle, liderlik tarzları bir işletmenin yenilikçilik performansını etkilemede rol oynayan son derece önemli bir faktördür. Hem dönüşümcü liderlik hem de etkileşimci liderlik tarzlarının, yenilikçi faaliyetlere ve bir işletmenin performansına katkıda bulunan çeşitli özellikler üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir. Farklı liderlik tarzları ile örgütsel inovasyon performansı düzeyi arasındaki ilişki, yaratıcı kültür, örgütsel öğrenme ve örgütsel iklim gibi diğer özelliklerin ılımlı etkileri ile daha da güçlenmektedir. Örgütler, farklı liderlik tarzlarının işletmenin yenilikçilik performansı üzerindeki etkisinin farkında oldukları takdirde, yenilikçilik kültürünü geliştirmek ve genel performanslarını iyileştirmek için başarılı liderlik stratejileri uygulayabilirler (Sethibe, 2018; Sethibe ve Steyn, 2015; Granerud ve Rocha, 2011).

2.5. Teknoloji ve İnovasyon

Teknolojinin yenilikçiliği kolaylaştırmadaki rolü konusu, işletme, ekonomi ve yönetim gibi birçok disiplinde önemli bir akademik ilgi konusudur. Teknolojinin yenilikçiliği teşvik etmedeki rolü, örgütlerin yenilikçilik kapasitelerini artırmalarını ve kalıcı bir rekabet avantajı elde etmelerini sağladığı için geniş

çapta kabul görmüştür (Dodgson, Gann ve Salter, 2006). Açık yenilikçilik alanında, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı, dağınık bilgi kaynaklarının akışını kolaylaştırmada çok önemli bir rol oynamıştır. Bu durum işletmeleri dış bilgiye erişme ve dış ortaklarla iş birliği çabalarına girme konusunda güçlendirmiştir. Ayrıca, veri madenciliği, simülasyon, prototipleme ve görsel temsil gibi yenilikçi teknolojilerinin açık yenilikçiliği kolaylaştırmada önemli bir rol oynadığı gözlemlenmiştir. Bu teknolojiler fikir geliştirme, değerlendirme ve uygulama süreçlerine yardımcı olan çeşitli araçlar ve yaklaşımlar sunmaktadır (Dodgson vd., 2006). Ayrıca, teknoloji odaklı ve pazar odaklı olmak üzere iki ayrı yenilikçilik kategorisi olduğu kabul edilmiştir. Bu yenilikçilik türlerinin her ikisi de teknolojiye bağlıdır (Habtay, 2012). Teknoloji odaklı yenilikler, teknolojik atılımlara dayanan yeni ürünlerin, süreçlerin veya iş modellerinin yaratılmasını kapsar. Buna karşılık, pazar odaklı yenilikler pazarın talepleri ve müşterilerin ihtiyaçları tarafından yönlendirilir (Habtay, 2012). Her iki yenilikçilik kategorisi de yeni veya geliştirilmiş çözümler üretmek için teknolojinin kullanılmasını gerektirir.

Liderlik ve yenilikçilik alanında mütevazı liderliğin ekip inovasyonu ve sonuçları üzerindeki etkisinin pozitif olduğu tespit edilmiştir. Jiang ve diğerlerine (2019) göre, alçakgönüllülüğe sahip liderler, destek ve kapsayıcılık ile karakterize edilen bir çalışma ortamını teşvik etmektedir. Bu ortam da çalışanlar arasında bilgi alışverişini ve iş birliğini kolaylaştırarak nihayetinde yenilikçiliğin teşvik edilmesini sağlar. Jiang ve arkadaşları (2019), teknolojik standartlarda yeniliğin başarılmasının, mütevazı bir liderliğin varlığıyla daha da güçlenen bilgi alışverişi ve birleştirme süreçleriyle desteklendiğini gözlemlemiştir. Ayrıca, çok sayıda çalışma teknik yenilikçilik ile örgüt performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Teknolojik yenilikçilik, bir örgütün yeni fikirlerin,

deneylerin ve yaratıcı çabaların üretilmesine aktif olarak katılma ve bunları kolaylaştırma yönündeki kapasitesiyle ilgilidir ve sonuçta yeni ürünlerin, hizmetlerin veya teknolojik süreçlerin geliştirilmesine yol açar. Antoncic ve diğerleri (2007) tarafından yürütülen araştırma, teknik yenilikçilik ile işletmeler genelinde karlılık ve finansal sonuçlar açısından üstün performans arasında pozitif bir bağıntı olduğunu ortaya koymuştur. Pazar odaklı teknolojik ilerleme çerçevesinde, satın almalar, örgütlerin yenilikçiliği teşvik etmeleri ve rekabet avantajı elde etmeleri için stratejik bir yaklaşım olarak kabul edilmiştir. Satın alma sonrası teknolojik yenilikçilik performansının seviyesi, satın alanın büyüklüğüne göre değişkenlik gösteren ürün pazarı ve teknoloji ilişkisine bağlıdır. Lee ve Kim (2016)'e göre, daha büyük işletmelerin bir satın alma sonrasında teknik yenilikçilik performanslarını daha düşük derecede teknoloji ilişkisine ve daha yüksek seviyede ürün pazarı ilişkisine odaklanarak optimize etme eğiliminde oldukları gösterilmiştir. Buna karşılık, daha küçük işletmeler satın alma sonrası teknolojik yenilikçilik performansları açısından tersi bir model sergilemişlerdir.

Hou, Bai, Zhang ve Yang (2023) dijital dönüşümün düşük karbonlu teknolojilerin inovasyonu için bir katalizör olduğunu kabul etmişlerdir. Düşük karbonlu teknoloji inovasyonu süreci, dijital dönüşüm ve yenilikçilik arasında önemli bir bağlayıcı görevi gören bilginin yeniden yapılandırılması ve paylaşılmasından önemli ölçüde etkilenmektedir. Hou ve diğerlerine (2023) göre, etkin bilgi yönetimi uygulamalarının hayata geçirilmesi, dijitalleşme hedeflerine ulaşılmasını kolaylaştırabilir ve endüstrilerin çevresel açıdan sürdürülebilir ve yüksek standartlı büyümesine destek sağlayabilir. Rubel, Kee ve Rimi (2023)'nin çalışmasına göre, yüksek katılımlı insan kaynakları yönetimi uygulamalarının örgütlerde teknoloji inovasyon performansını pozitif yönde etkileyebileceğini gösteren kanıtlar bulunmaktadır.

Rubel ve diğerleri (2023) tarafından yürütülen araştırmada da gösterildiği üzere, çalışan katılımı, eğitim ve gelişim gibi İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY) stratejilerinin kullanımının, çalışanların teknolojik uyumluluğu ve yenilikçi yetenekleri üzerinde faydalı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bir İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY) sisteminin uygulanması, uyum sağlama ve yenilikçilik yoluyla çalışan verimliliğini artırmaya elverişli bir çalışma ortamı geliştirme potansiyeline sahiptir (Rubel vd., 2023). Yan ve diğerlerine (2021) göre, yenilikçilik ekosisteminin sürdürülebilir bir şekilde başarılı olarak geliştirilmesi, teknoloji, örgüt ve değer etkili bir şekilde bütüncül hale getirilmesine bağlıdır. Örgütsel unsurlar yönetim desteğine katkıda bulunurken ve değer yenilikçilik ekosistemi içinde yol gösterici bir güç olarak hizmet ederken, teknolojik unsurların yenilikçilik performansını kolaylaştırmadaki önemi dikkat çekicidir (Yan vd., 2021). Yenilikçilik ekosistemi, kolektif olarak değer üretmek amacıyla hem rekabetçi hem de iş birliğine dayalı etkileşimlerde bulunan birçok kuruluş ve işletmeden oluşan karmaşık bir ağ olarak nitelendirilebilir (Yan vd., 2021).

Sun ve diğerleri (2023), yeşil finansman reformunun ve yeniliklerin Çinli imalat işletmelerindeki yeşil teknoloji gelişmelerinin teşvik edilmesi üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışma yürütmüştür. Sun ve diğerlerine (2023) göre, yeteneklerin sağlanması ve beslenmesi ile yeteneklerin belirli bir alanda yoğunlaşması, örgütlerde teknolojik yenilikçiliğin teşvik edilmesinde önemli faktörlerdir. Sun ve diğerlerine (2023) göre, yetenek desteğini ve yeşil kalkınmayı teşvik etmeyi amaçlayan politikaların uygulanması, sürdürülebilir bir yeşil kalkınma modelinin oluşturulmasını kolaylaştırmada önemli bir rol oynayabilir. Jin ve Xing (2022) çalışmalarında yenilikçilik ağ yapısının ‘çapraz inovasyon’ performansı üzerindeki etkisini geliştirmekte olan teknolojiler çerçevesinde araştırılmışlardır. Jin

ve Xing (2022) tarafından tanımlandığı şekliyle ‘çapraz inovasyon’, yeni teknolojik bilgi ve ilerlemeler üretmek amacıyla farklı alanlardan gelen bilginin birleştirilmesi ve sentezlenmesiyle ilgilidir. İnovasyon tarafından yönlendirilen çeşitli örgütler arasında etkili iletişim ve iş birliğinin kurulması, bilginin bütünleştirilmesini ve yeni teknolojik bilgi üretimini artırabildiği sonucuna ulaşmışlardır (Jin ve Xing, 2022). Zhang ve diğerlerine (2018) göre, endüstriyel teknoloji inovasyonu rekabetin nihai belirleyicisi, yetenek ve insan kaynaklarının mevcudiyeti ve kalitesidir. Üniversiteler, bilgi ve teknoloji inovasyonunun ilerletilmesi için entelektüel destek sağlanmasına ve yetenek havuzlarının geliştirilmesine önemli ölçüde katkıda bulunan temel örgütlerdir (Zhang vd., 2018). Zhang ve diğerlerine (2018) göre, işletmelerin teknolojik yenilikçilik çabalarını teşvik etme kapasitesi, yeteneklerin varlığından ve yetenek piyasasının sağlamlığından etkilenmektedir.

Otchere ve diğerleri (2021) tarafından yapılan bir çalışmaya göre, Gana'daki küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) yenilikçilik seviyeleri hem paydaş talebinden hem de örgüt büyüklüğünden etkilenmektedir. Otchere ve diğerleri (2021) tarafından yürütülen çalışma, teknolojik yenilikçilik ile iş başarısı arasında pozitif bir bağıntı olduğunu göstermekte ve yenilikçiliği teşvik etmede insan kaynakları ve örgütsel unsurların öneminin altını çizmektedir. Teknolojik örgütlerde, örgütsel inovasyonu etkileyen kilit faktörler olarak yenilikçilik ve örgütsel öğrenmenin önemi vurgulanmıştır. Hsiao ve diğerlerine (2013) göre, okul müdürleri yenilikçiliği kolaylaştırmada ve okul reformunu teşvik etmede çok önemli bir role sahiptir. Hsiao ve diğerlerine (2013) göre, eğitim bağlamında örgütsel inovasyonun başarılması, okul geliştirme süreci boyunca sağlam bir destek sisteminin kurulmasını gerektirmektedir.

Barrachina ve Rodríguez (2019)'e göre, birleşik teknolojiye yapılan yatırımlar ile yoksul ülkelerde yenilikçiliğin teşvik edilmesi arasında önemli bir ilişki vardır. Teknolojik gelişmelerin sermaye mallarına uyarlanması, Ekvador'daki işletmelerde yenilikçiliğin teşvik edilmesinde önemli bir unsur olarak kabul edilmiştir. Barrachina ve Rodríguez (2019)'e göre, kaynakların teknolojik yatırımlara tahsis edilmesi, bir örgütün yenilikçilik kapasitesini artırma ve yenilikçiliğe dayalı büyümeyi kolaylaştırma potansiyeline sahiptir. Wu ve diğerleri (2020) tarafından yürütülen akademik araştırma, Çin özelinde teknoloji ithalatının bölgesel yenilikçilik kabiliyeti üzerindeki etkisini incelemiştir. Wu ve diğerlerine (2020) göre, dış kaynaklardan teknoloji girişinin bölgesel yenilikçilik kabiliyetlerinin gelişimini kolaylaştırdığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, teknoloji ithalatının etkisi, bölgesel yolsuzluk, piyasalaşma derecesi ve fikri mülkiyet koruma düzeyi gibi diğer unsurlara bağlıdır. Wu ve diğerlerine (2020) göre, teknoloji ithalatının bölgesel yenilikçilik kabiliyetleri üzerindeki etkisi, siyasi örgütlerin kalitesinin yanı sıra piyasalaşma ve fikri mülkiyet koruma düzeyinden de etkilenebilir. Kong (2023)'a göre, gerçek zamanlı işleme sistemlerinin ve Nesnelerin İnterneti'nin (IoT) kullanımı, kültürel turizm sektörünün ilerlemesini kolaylaştırmak için çok önemli mekanizmalar olarak kabul edilmiştir. Turizm sektöründeki yenilikçiliğin başarısı, piyasa talebi ve arzı arasındaki etkileşime bağlıdır. Buna ek olarak, turizm sektöründeki sistemin işlevselliği, yenilikçi teknolojilerin kullanımını kapsayan turizm destek ve koruma alt sisteminin varlığı ile desteklenmektedir (Kong, 2023). Teknolojik kabiliyetlerin sömürücü ve keşfedici yenilikler üzerindeki etkisinin farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir (Zhou ve Wu, 2009). Teknolojik kabiliyetlerin hızlı ilerlemesinin sömürüyü kolaylaştırdığı, keşifle ilişkisinin ise ters U şeklinde bir model izlediği görülmüştür (Zhou ve Wu, 2009). Ürün inovasyonunda teknolojik kabiliyetin önemi son

derece büyüktür ve dinamik ve rekabetçi pazarlarda faaliyet gösteren örgütlerin başarısını önemli ölçüde etkileyebilir. Teknoloji hizmet sektörü, yenilikçiliğe ve girişimciliğin ilerlemesine yaptığı önemli katkılar nedeniyle kabul görmüştür. Junwei (2019)'ye göre, teknoloji hizmet sektörü, yenilikçiliğe elverişli bir ortamın oluşturulması, yeni endüstrilerin oluşumunun kolaylaştırılması ve piyasanın değeri ortaya çıkarma kapasitesinin kullanılması yoluyla yenilikçiliği ve girişimciliği teşvik etmektedir. Aynı yazarlara göre, teknoloji hizmet sektörü, yenilikçilik ve girişimcilik alanlarında yardım ve yönlendirme sunmaktadır. Teknolojinin yenilikçilik odaklı örgütleri kolaylaştırma işlevinin incelenmesi, bilgi ve iletişim teknolojisi ekosistemleri çerçevesinde araştırılmıştır. Majava ve diğerlerine (2017) göre, yenilikçilik odaklı örgütlerin başarısı için kritik öneme sahip paydaşlar arasında sermaye sağlayıcılar ve araştırma enstitüleri yer almaktadır. Örgütler çeşitli paydaşlarla ilişki kurarak ve yerel kaynaklardan yararlanarak yeni inovasyonların geliştirilmesini teşvik edebilir.

3. YÖNETSEL İNOVASYON VE ÖRGÜTSEL PERFORMANS

Bu başlık kapsamında, yöneticiler tarafından uygulanan yenilikçi stratejiler ile bunların örgütlerin genel performansı üzerindeki etkileri arasındaki çok yönlü ilişki ele alınmaktadır. Yönetsel inovasyon, bir örgütsel yapı bağlamında özgün yönetsel yöntemlerin, tekniklerin, prosedürlerin ve taktiklerin oluşturulması, formüle edilmesi ve uygulanması anlamına gelmektedir (Damanpour ve Aravind, 2012). Bu kavram, kaynakları etkin bir şekilde dağıtmak ve kullanmak, iyi bilgilendirilmiş seçimler yapmak ve örgütsel geçişleri ustalıkla yönetmek için yeni yaklaşımların keşfedilmesini içerir (Medio, 2023). Çok sayıda çalışma, yönetsel inovasyonun örgütlerin

genel performansı üzerindeki önemli etkisini tutarlı bir şekilde ortaya koymuştur (Arnold, (Er) Fang ve Palmatier, 2011; Prajogo ve Sohal, 2003; Subramanian ve Nilakanta, 1996). Araştırmalar, yenilikçi yönetim stratejilerinin uygulanmasının, örgütlerin verimliliğinde, etkinliğinde ve genel performansında birçok açıdan önemli iyileşmelere yol açabileceğini göstermiştir. Öne çıkan örnekler arasında son teknoloji performans yönetim sistemlerinin entegrasyonu, çevik proje yönetimi uygulamalarının benimsenmesi ve öncü liderlik yaklaşımlarının hayata geçirilmesi yer almaktadır. Bu yenilikler sıklıkla çalışan verimliliğinin yükselmesi, tüketici memnuniyetinin artması ve finansal performansın iyileşmesi gibi somut avantajlar sağlamaktadır (Bashir, Naqshbandi ve Yousaf, 2023; Ling Sim ve Chye Koh, 2001).

Yönetmel inovasyonun uygulanması kısa vadeli faydalara ek olarak, örgütlerin rekabet avantajı elde etmelerini ve uzun yaşam olanağına sahip olmalarını sağlar. Kaynak yönetiminde yenilikçi ve üstün yaklaşımlar geliştirmek, pazar dinamiklerine etkin bir şekilde yanıt vermek ve değişen müşteri beklentilerine uyum sağlamak için sürekli çaba gösteren örgütlerin rekabet avantajı sağlama ve sürdürme olasılığı daha yüksektir (Hooley, Broderick ve Möller, 1998; Slater ve Narver, 1994). Yukarıda bahsedilen çaba, tedarik zinciri yönetimi, stratejik planlama ve örgütsel tasarım alanlarındaki gelişmeleri kapsamakta ve bunların hepsi birlikte örgütün dinamik bir pazarda başarılı olma kapasitesini artırmaktadır (Nemlioglu ve Mallick, 2017; Bashir vd., 2023). Dahası, yönetmel inovasyonun önemi, işletmelerde yenilikçilik kültürünü teşvik etme işlevinin ötesine uzanmaktadır. Yöneticiler yenilikçi düşünciyi aktif olarak benimsediklerinde ve desteklediklerinde, tüm hiyerarşik seviyelerdeki çalışanları orijinal fikirler üretmeye ve uygulamaya teşvik eden elverişli bir ortam yaratırlar. Sonuç olarak, bu olgu örgüt içinde yaratıcılık, problem çözme ve

yenilikçilik seviyelerinde bir artışı tetikleyerek sürekli gelişim ve esneklikle karakterize edilen bir kültürün oluşmasını sağlar (Bortolotti, Boscari ve Danese, 2015).

Yönetmel inovasyonun kurumsal başarı üzerindeki etkisinin bir dizi bağlamsal koşula bağlı olduğunu kabul etmek önemlidir (Burki, Ersoy ve Najam, 2019). Bu faktörler arasında örgütün faaliyet gösterdiği sektör, büyüklüğü ve gelişim aşamasının yanı sıra dış iş ortamının dinamikleri de yer almaktadır. Daha küçük ve daha çevik işletmeler, daha büyük ve daha bürokratik işletmelerin aksine, yeni yönetim yaklaşımlarına karşı daha yüksek düzeyde açıklık ve esnekliğe sahip olabilir. Yönetmel inovasyon projelerinin etkisi ve uygulanabilirliği, bağlamsal ayrıntılardan büyük ölçüde etkilenebilir (Vaccaro, Jansen, Van Den Bosch ve Volberda, 2012). Farklı bir şekilde ifade etmek gerekirse, yönetmel inovasyonun örgütsel başarı üzerindeki etkisi tartışılmazdır. Yeni yönetmel stratejilerin benimsenmesi, örgütlerin işlevsel verimliliklerini, etkinliklerini, rekabet avantajlarını ve zorluklara dayanma kabiliyetlerini geliştirmelerini sağlar. Ayrıca, bireyleri örgütün ilerlemesi için yaratıcı yeteneklerinden yararlanmaya motive eden bir yaratıcılık iklimi geliştirir. Mevcut dinamik ve son derece rekabetçi ekonomik ortamda, yönetmel inovasyonun öneminin ve kurumsal performansla olan çok yönlü ilişkisinin kabul edilmesi, sadece ayakta kalmayı değil aynı zamanda rekabet üstünlüğü sağlamayı hedefleyen işletmeler için büyük önem arz etmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yenilikçilik ve etkili yönetmel uygulamalar, örgütsel başarının sağlanmasında birbiriyle yakından ilişkilidir (Erdem, Yılmaz ve Biçkes, 2020). Bu bölümde yönetmel bağlılığın, yetkinliklerin, bağların ve liderlik tarzlarının örgütlerdeki

yenilikçiliği etkileyebileceği çeşitli yollarla vurgulanmıştır. İşletmeler, yönetsel avantajlardan yararlanarak bir yenilikçilik kültürü yaratabilir, iş birliğini teşvik edebilir ve sürdürülebilir büyümeyi destekleyebilir (Frohman, 1998; Hogan ve Coote, 2014). Günümüzün dinamik iş dünyasında rekabetçi kalabilmek için örgütlerin yenilikçilik girişimlerini destekleme ve beslemede etkili yönetimin önemini kavramaları çok önemlidir.

Çağdaş ve son derece rekabetçi iş ortamında yenilikçilik, başarının temel itici gücü olarak ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, yenilikçiliğin işletmelerdeki, özellikle de yükselen ve gelişmekte olan ekonomiler çerçevesindeki hayati önemini aydınlatan çok sayıda kayda değer iç-görü ortaya koymaktadır. Öncelikle, yenilikçiliğin izole bir girişim olmadığı, aksine çeşitli bileşenlerin çok yönlü bir etkileşimi olduğu açıktır. Teknoloji, yenilikçilik için önemli bir katalizör olarak ortaya çıkmış ve örgütlere yenilikçi problem çözme ve uyarlanabilir çözümler üretme kapasitelerini artırma olanağı sağlamıştır (Dodgson vd., 2006). Gelişmiş teknolojinin sermaye mallarına dâhil edilmesi, özellikle kaynakların sınırlı olduğu durumlarda yenilikçiliği teşvik etmede önemli bir rol oynamıştır (Barrachina ve Rodríguez, 2019).

Araştırmalar liderlik tarzlarının bir örgütün yenilikçilik düzeyi üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermiştir. Dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzları, yenilikçi bir kültürün oluşturulması, bilgi alışverişinin kolaylaştırılması ve nihayetinde bir örgütün genel performansının iyileştirilmesi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Sethibe, 2018; Lee vd., 2019). İşbirliği ve kapsayıcılığı teşvik eden alçakgönüllü liderliğin yenilikçi çabaların kolaylaştırılmasındaki önemi göz ardı edilemez. Etkili liderliğin yanı sıra yönetim teknikleri de yenilikçiliğin teşvik edilmesinde büyük önem taşımaktadır. Yenilikçilik faaliyetlerinin başarılı bir şekilde uygulanması, etkin kaynak düzenlemesi, uygulanabilir kararlar ve yaratıcılığa

değer veren bir örgütsel kültürün geliştirilmesi gibi birkaç önemli yönetsel unsura dayanır (Granerud ve Rocha, 2011). Ayrıca, özellikle yeşil ve sürdürülebilir yenilikçilik alanında yönetsel bağlılığın önemi, çalışan motivasyonu için güçlü bir katalizör ve yenilikçi iş davranışının kolaylaştırıcısı olarak ortaya konmuştur (Burki, Ersoy ve Najam, 2019).

Destekleyici bir örgütsel çerçeveye birlikte, teknoloji ithalatının entegrasyonu, bölgesel yenilikçilik kapasitesinin geliştirilmesini sağlar. Yukarıda bahsedilen ithalat, teknolojik yeterliliğin kazanılmasına hizmet ederken, fikri mülkiyet için güçlü güvencelerin varlığını ve yolsuzluk seviyelerinin azaltılmasını da gerektirmektedir (Wu vd., 2020). Yenilikçilik faaliyetleri sürecinde ortaklıkların önemi, özellikle de yenilikçilik odaklı örgütlerin başarısı için iş birliği ve paydaş katılımının çok önemli olduğu vurgulanmıştır (Burki ve Dahlstrom, 2017). Yenilikçilik odaklı sektörler, kalıcı rekabet avantajının entelektüel sermaye ve örgütsel karakterden etkilendiğini göstermiştir. Örgütler, entelektüel sermayeyi kullanarak ve sağlam bir kurumsal karakter geliştirerek kalıcı rekabet avantajı elde edebilir ve bu da teknolojik ilerlemelerin ve yenilikçi iş modellerinin geliştirilmesini kolaylaştırır (Mienipre ve Akhigbe, 2021).

Bu bağlamda araştırmacılar, yöneticiler ve politika yapımcılar için şu çıkarımlar sunulabilir:

- Liderlik gelişiminin sağlanması: Örgütlerin, hem dönüşümsel hem de etkileşimsel liderlik tarzlarının geliştirilmesine öncelik veren liderlik geliştirme girişimlerinin uygulanması için kaynak ayırmaları tavsiye edilmektedir. Bu liderlik tarzlarının benimsenmesinin teşvik edilmesi, yaratıcılığı besleyen ve genel kurumsal performansı geliştiren

elverişli bir ortam yaratabilir (Sethibe, 2018; Lee vd., 2019).

- Teknoloji entegrasyonunun önemi: Özellikle de gelişmekte olan ekonomilerde faaliyet gösteren örgütlerin, teknolojinin sermaye mallarına entegre edilmesine öncelik vermeleri zorunludur (Barrachina ve Rodríguez, 2019). Hükümetler ve politika yapımcılar, mali yardım sağlayarak ve elverişli bir ortamı teşvik eden düzenleyici bir çerçeve oluşturarak teknolojinin benimsenmesini teşvik etme yeteneğine sahiptir.
- Yönetimsel bağlılık: Yeşil ve sürdürülebilir inovasyona yönelik yönetsel bağlılığın geliştirilmesi hem işletmeler hem de politika yapımcılar için çok önemlidir (Burki ve Dahlstrom, 2017). Sürdürülebilir projeler için teşvik ve takdir sunmak, yöneticiler ve personel için motive edici bir güçtür ve yenilikçilikle bağlantılı görevlere aktif katılımlarının önünü açar (Hogan ve Coote, 2014).
- Politika yapımcılar, paydaşlar arasında katılımı teşvik etmek amacıyla, özellikle bilgi ve iletişim teknolojisi sektörüne vurgu yaparak iş birliği ekosistemlerinin kurulmasına öncelik vermelidir. Bu ekosistemler, yenilikçiliğe öncelik veren ve bilgi alışverişini kolaylaştıran örgütlere önemli yardımlar sunma potansiyeline sahiptir (Yan vd., 2021).
- Fikri mülkiyet haklarının korunmasına hükümetler tarafından öncelik verilmesi, bölgesel yenilikçilik kapasitelerinin artırılması için çok önemlidir. Bu politika tedbirinin teknoloji ithalatı girişini teşvik etmesi ve daha fazla yabancı yatırım yaratması beklenmektedir (Wu vd., 2020).

- Liderlik ve yenilikçilik kültürünün önemi: Örgütlerin liderlik yapıları içerisinde tevazu ve kapsayıcılığı teşvik eden bir kültürü aktif olarak geliştirmeleri zorunludur. Liderler arasında bu özelliklerin benimsenmesinin teşvik edilmesi, bilgi alışverişinin, iş birliğinin ve nihayetinde yenilikçiliğin geliştirilmesinin kolaylaştırılmasını sağlayabilir (Sethibe, 2018; Lee vd., 2019).
- Entelektüel sermaye yatırımının önemi: Örgütlerin sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmede entelektüel sermayenin ve örgütsel karakterin önemini kabul etmeleri zorunludur. Kaynakların insan sermayesinin geliştirilmesine ve sağlam bir örgütsel karakterin geliştirilmesine tahsis edilmesi, teknoloji ve iş modeli inovasyonunda ilerlemeleri teşvik etme potansiyeline sahiptir (Zhang vd., 2018; Jin ve Xing, 2022; Hussain vd., 2019).
- Politika yapıcılar, yenilikçilik odaklı örgütlerde iş birliğinin ve paydaş katılımının teşvik edilmesini aktif olarak desteklemelidir. Bu tür örgütlerin başarısı, sermaye kaynakları ve araştırma enstitüleri tarafından sağlanan destekten büyük ölçüde etkilenebilir (Burki ve Dahlstrom, 2017).

KAYNAKÇA

- Adams, R., Bessant, J. & Phelps, R. (2006). Innovation management measurement: A review. International journal of management reviews, 8(1), 21–47.
- Adriansyah, M. A., Setiawan, M. & Yuniarinto, A. (2020). The Influence of Transactional Leadership Style and Work Culture on Work Performance Mediated by Work

Motivation. Jurnal Aplikasi Manajemen.
doi:10.21776/ub.jam.2020.018.03.17

- Ahmed, P. K. (1998). Culture and climate for innovation. *European journal of innovation management*, 1(1), 30–43.
- Alblooshi, M., Shamsuzzaman, M. & Haridy, S. (2020). The Relationship Between Leadership Styles and Organisational Innovation. *European Journal of Innovation Management*. doi:10.1108/ejim-11-2019-0339
- Ali, M., Raza, B., Ali, W., & Imtaiz, N. (2020). Linking managerial coaching with employees' innovative work behaviors through affective supervisory commitment: Evidence from Pakistan. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 11.
- Ali, Z., Sun, H. & Ali, M. (2017). The Impact of Managerial and Adaptive Capabilities to Stimulate Organizational Innovation in SMEs: A Complementary PLS–SEM Approach. *Sustainability*. doi:10.3390/su9122157
- Álvarez-García, J., González-Vázquez, E., Del Río-Rama, M. de la C. & Durán-Sánchez, A. (2019). Quality in customer service and its relationship with satisfaction: an innovation and competitiveness tool in sport and health centers. *International journal of environmental research and public health*, 16(20), 3942.
- Antonic, B., Prodan, I., Hisrich, R. D. & Scarlat, C. (2007). Technological Innovativeness and Firm Performance in Slovenia and Romania. *Post-Communist Economies*. doi:10.1080/14631370701503299

- Ardi & Nanda, K. A. (2020). The Secret to Enhance Innovativeness in Digital Industry. doi:10.2991/assehr.k.200515.071
- Arnold, T. J., (Er) Fang, E. ve Palmatier, R. W. (2011). The effects of customer acquisition and retention orientations on a firm's radical and incremental innovation performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 234–251.
- Bak, H. (2020). Supervisor feedback and innovative work behavior: the mediating roles of trust in supervisor and affective commitment. *Frontiers in Psychology*, 11, 559160.
- Barrachina, M. E. R. & Rodríguez, J. A. (2019). Innovation Drivers in Ecuadorian Manufacturing. *Management Research the Journal of the Iberoamerican Academy of Management*. doi:10.1108/mrjiam-11-2018-0886
- Bashir, M., Naqshbandi, M. M. & Yousaf, A. (2023). Impact of Managerial Skills and Ties on Business Model Innovation: The role of Exploitative and Explorative Learning. *Leadership & Organization Development Journal*. doi:10.1108/lodj-10-2021-0441
- Berraies, S. & Abidine, S. Z. E. (2019). Do Leadership Styles Promote Ambidextrous Innovation? Case of Knowledge-Intensive Firms. *Journal of Knowledge Management*. doi:10.1108/jkm-09-2018-0566
- Biçkes, D. M. & Özdevecioğlu, M. (2016). İşletmelerde örgütsel öğrenmenin finansal performans üzerindeki etkisi: İnovasyonun aracılık rolü. *The Journal of Academic Social Science*, 25(25), 8-28. doi:10.16992/ASOS.1125
- Bortolotti, T., Boscari, S. & Danese, P. (2015). Successful lean implementation: Organizational culture and soft lean

- practices. *International Journal of Production Economics*, 160, 182–201.
- Burki, U. & Dahlstrom, R. (2017). Mediating Effects of Green Innovations on Interfirm Cooperation. *Australasian Marketing Journal* (Amj). doi:10.1016/j.ausmj.2017.05.001
- Burki, U., Ersoy, P. & Najam, U. (2019). Top Management, Green Innovations, and the Mediating Effect of Customer Cooperation in Green Supply Chains. *Sustainability*. doi:10.3390/su11041031
- Büschgens, T., Bausch, A. & Balkin, D. B. (2013). Organizational culture and innovation: A meta analytic review. *Journal of product innovation management*, 30(4), 763–781.
- Cakir, Y., Acar, P. (2019). The moderator effect of resistance to change on relationship between innovation culture and innovation potential:an implementation in Turkish companies in the context of multiculturalism. *PressAcademia Procedia (PAP)*, V.9, p.197-202.
- Carnes, C. M., Hitt, M. A., Sirmon, D. G., Chirico, F. & Huh, D. W. (2021). Leveraging Resources for Innovation: The Role of Synchronization. *Journal of Product Innovation Management*. doi:10.1111/jpim.12606
- Cui, F., Lim, H. & Jaehoon, S. (2022). The Influence of Leadership Style in China SMEs on Enterprise Innovation Performance: The Mediating Roles of Organizational Learning. *Sustainability*. doi:10.3390/su14063249
- Damanpour, F. & Aravind, D. (2012). Managerial innovation: Conceptions, processes and antecedents. *Management and organization review*, 8(2), 423–454.

- Demirtaş, Ö., Bickes, D. M., Yener, S., & Karaca, M. (2020). The influence of transformational leadership in organizations: The mediating role of meaningful work. *Journal of Economy Culture and Society*, (61), 153-172. doi: 10.26650/JECS2019-0028
- Dodgson, M., Gann, D. & Salter, A. (2006). The Role of Technology in the Shift Towards Open Innovation: The Case of Procter & Gamble. *R and D Management*. doi:10.1111/j.1467-9310.2006.00429.x
- Erdem, B., Yılmaz, C., & Biçkes, D. M. (2020). Otantik liderliğin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisi: Psikolojik anlamlılığın aracılık rolü. *Atlas Journal*, 6(25), 93-107. doi: <https://doi.org/10.31568/atlas.414>
- Frohman, A. L. (1998). Managers at work: Building a culture for innovation. *Research-Technology Management*, 41(2), 9-12.
- Granerud, R. L. & Rocha, R. S. (2011). Organisational learning and continuous improvement of health and safety in certified manufacturers. *Safety Science*, 49(7), 1030-1039.
- Guo, H., Zhao, J. & Tang, J. (2013). The Role of Top Managers' Human and Social Capital in Business Model Innovation. *Chinese Management Studies*. doi:10.1108/cms-03-2013-0050
- Habtay, S. R. (2012). A Firm-Level Analysis on the Relative Difference Between Technology-Driven and Market-Driven Disruptive Business Model Innovations. *Creativity and Innovation Management*. doi:10.1111/j.1467-8691.2012.00628.x
- Heavey, C., Simsek, Z. & Fox, B. C. (2015). Managerial Social Networks and Ambidexterity of SMEs: The Moderating

- Role of a Proactive Commitment to Innovation. Human Resource Management. doi:10.1002/hrm.21703
- Heubeck, T. & Meckl, R. (2022). More Capable, More Innovative? An Empirical Inquiry Into the Effects of Dynamic Managerial Capabilities on Digital Firms' Innovativeness. European Journal of Innovation Management. doi:10.1108/ejim-02-2022-0099
- Higgins, J. M. (1995). Innovation: The core competence. Planning review, 23(6), 32–36.
- Hogan, S. J. & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. Journal of business research, 67(8), 1609–1621.
- Hooley, G., Broderick, A. & Möller, K. (1998). Competitive positioning and the resource-based view of the firm. Journal of strategic marketing, 6(2), 97–116.
- Hou, J., Bai, W., Zhang, S. & Yang, X. (2023). How Does Digital Transformation Promote Low-Carbon Technology Innovation? The Case Of Chinese Manufacturing Companies. Polish Journal of Environmental Studies. doi:10.15244/pjoes/161983
- Hsiao, H. C., Chang, J. C. & Chen, S. C. (2013). The Influence of Support for Innovation on Organizational Innovation: Taking Organizational Learning as a Mediator. The Asia-Pacific Education Researcher. doi:10.1007/s40299-013-0121-x
- Hussain, M., Imam, S., Hussain, S. & Javed, T. (2019). Determining the Influence of HR Practices on Organizational Innovation a Case of Higher Education Sector of Punjab, Pakistan. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. doi:10.6007/ijarbss/v9-i9/6318

- Janssen, O. (2003). Innovative behaviour and job involvement at the price of conflict and less satisfactory relations with co-workers. *Journal of occupational and organizational psychology*, 76(3), 347–364.
- Jaw, B. & Liu, W. (2003). Promoting organizational learning and self-renewal in Taiwanese companies: The role of HRM. *Human Resource Management: Published in Cooperation with the School of Business Administration, The University of Michigan and in alliance with the Society of Human Resources Management*, 42(3), 223–241.
- Jiang, H., Liu, W. & Jia, L. (2019). How Humble Leadership Influences the Innovation of Technology Standards: A Moderated Mediation Model. *Sustainability*. doi:10.3390/su11195448
- Jin, Y. & Xing, C. (2022). An Empirical Analysis on the Impact of Innovation Network Structure on Crossover Innovation Performance of Emerging Technologies. *Computational Intelligence and Neuroscience*. doi:10.1155/2022/8312086
- Junwei, M. (2019). Research on Mechanisms and Policies to Promote the Development of Innovation and Entrepreneurship. doi:10.2991/icssed-19.2019.120
- Kearns, G. S. & Lederer, A. L. (2004). The impact of industry contextual factors on IT focus and the use of IT for competitive advantage. *Information & Management*, 41(7), 899–919.
- Kong, Y. (2023). Real-Time Processing System and Internet of Things Application in the Cultural Tourism Industry Development. doi:10.21203/rs.3.rs-2572174/v1

- Lee, A., Legood, A., Hughes, D. J., Tian, A. W., Newman, A. & Knight, C. (2019). Leadership, Creativity and Innovation: A Meta-Analytic Review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. doi:10.1080/1359432x.2019.1661837
- Lee, C.-K., Tan, B. & Chiu, J.-Z. (2008). The impact of organisational culture and learning on innovation performance. *International Journal of Innovation and Learning*, 5(4), 413–428.
- Lee, J. & Kim, M. (2016). Market-Driven Technological Innovation Through Acquisitions. *Journal of Management*. doi:10.1177/0149206314535439
- Ling Sim, K. & Chye Koh, H. (2001). Balanced scorecard: a rising trend in strategic performance measurement. *Measuring business excellence*, 5(2), 18–27.
- Majava, J., Kinnunen, T., Foit, D. & Kess, P. (2017). Analysing Innovation-Driven Enterprises' Stakeholders in Two Spatial ICT Ecosystems. *International Journal of Management and Enterprise Development*. doi:10.1504/ijmed.2017.10004597
- Medio, G. J. (2023). Construction Project Supervision: A Management Involvement. *European Journal of Innovation In Nonformal Education*, 3(7), 253–264.
- Mienipre, A. & Akhigbe, O. (2021). Organizational Learning Capability and Firm Innovativeness of Manufacturing Firms in the South-South of Nigeria. *African Journal of Business and Economic Development*. doi:10.46654/ajbed.1417
- Nemlioglu, I. & Mallick, S. (2017). Do Managerial Practices Matter in Innovation and Firm Performance Relations?

- New Evidence From the UK. European Financial Management. doi:10.1111/eufm.12123
- Newell, S., Scarbrough, H. & Swan, J. (2009). Managing knowledge work and innovation. Bloomsbury Publishing (2nd).
- Nham, T. P., Nguyen, T.-M., Tran, N. & Nguyen, H. A. (2020). Knowledge Sharing and Innovation Capability at Both Individual and Organizational Levels: An Empirical Study From Vietnam's Telecommunication Companies. Management & Marketing. doi:10.2478/mmcks-2020-0017
- Otchere, S. K., Tian, H. & Coffie, C. P. K. (2021). Evaluating the Relationship Between Stakeholder Pressure and Innovation in Ghanaian SMEs: Moderating Role of Firm Size. Journal of Economics Management and Trade. doi:10.9734/jemt/2021/v27i730353
- Özdevecioğlu, M., & Biçkes, M. (2012). Örgütsel öğrenme ve inovasyon ilişkisi: Büyük ölçekli işletmelerde bir araştırma. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (39), 19-45.
- Prajogo, D. I. & Sohal, A. S. (2003). The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance: An empirical examination. International journal of quality & reliability management, 20(8), 901–918.
- Rehman, S. U., Bhatti, A. & Chaudhry, N. I. (2019). Mediating Effect of Innovative Culture and Organizational Learning Between Leadership Styles at Third-Order and Organizational Performance in Malaysian SMEs. Journal of Global Entrepreneurship Research. doi:10.1186/s40497-019-0159-1

- Rubel, M. R. B., Kee, D. M. H. & Rimi, N. N. (2023). Promoting Technology Innovation Performance Through High Involvement HRM, Technology Adaptation and Innovativeness. *Business Process Management Journal*. doi:10.1108/bpmj-10-2022-0526
- Sami, P., Rahnavard, F. & Tabar, A. A. (2019). The Effect of Political and Business Ties on Firm Performance. *Management Research Review*. doi:10.1108/mrr-12-2017-0439
- Sati, Z. E. & Işık, Ö. G. D. Ö. (2011). İnovasyon ve stratejik yönetim sinerjisi: Stratejik inovasyon. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 538–559.
- Sethibe, T. & Steyn, R. (2015). The Relationship Between Leadership Styles, Innovation and Organisational Performance: A Systematic Review. *South African Journal of Economic and Management Sciences*. doi:10.17159/2222-3436/2015/v18n3a3
- Sethibe, T. & Steyn, R. (2018). The Mediating Effect of Organizational Climate on the Relationship Between Leadership Styles and Their Components on Innovative Behaviour. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*. doi:10.1177/2393957517747313
- Shu, C., Page, A. L., Gao, S. & Jiang, X. (2011). Managerial Ties and Firm Innovation: Is Knowledge Creation a Missing Link? *Journal of Product Innovation Management*. doi:10.1111/j.1540-5885.2011.00883.x
- Slater, S. F. & Narver, J. C. (1994). Market orientation, customer value, and superior performance. *Business horizons*, 37(2), 22–28.

- Subramanian, A. & Nilakanta, S. (1996). Organizational innovativeness: Exploring the relationship between organizational determinants of innovation, types of innovations, and measures of organizational performance. *Omega*, 24(6), 631–647.
- Sun, X., Zhang, A. & Zhu, M. (2023). Impact of Pilot Zones for Green Finance Reform and Innovations on Green Technology Innovations: Evidence From Chinese Manufacturing Corporates. *Environmental Science and Pollution Research*. doi:10.1007/s11356-023-25371-4
- Szczepańska-Woszczyna, K. & Dacko-Pikiewicz, Z. (2014). Managerial Competencies and Innovations in the Company – The Case of Enterprises in Poland. *Business, Management and Education*. doi:10.3846/bme.2014.240
- Utomo, H. J. N., Irwantoro, I., Wasesa, S., Purwati, T., Sembiring, R. & Purwanto, A. (2023). Investigating The Role of Innovative Work Behavior, Organizational Trust, Perceived Organizational Support: An Empirical Study on SMEs Performance. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(2), e417–e417.
- Vaccaro, I. G., Jansen, J. J. P., Van Den Bosch, F. A. J. & Volberda, H. W. (2012). Management innovation and leadership: The moderating role of organizational size. *Journal of management studies*, 49(1), 28–51.
- Wu, H., Ren, S. & Xie, G. (2020). Technology Import and China's Innovation Capability: Does Institutional Quality Matter? *Regional Economic Development Research*. doi:10.37256/redr.122020593
- Yahya, M. N. Y., Ahmad, N. N. N. & Fatima, A. H. (2008). Budgetary Participation and Performance: Some

- Malaysian Evidence. International Journal of Public Sector Management. doi:10.1108/09513550810896523
- Yan, R., Lyu, J. & Qingshi, M. (2021). Sustainable Development of the Innovation Ecosystem From the Perspective of T-O-V. Complexity. doi:10.1155/2021/3419175
- York, J. G. & Venkataraman, S. (2010). The entrepreneur–environment nexus: Uncertainty, innovation, and allocation. Journal of business Venturing, 25(5), 449–463.
- Zhang, Y., Na, S., Niu, J. & Bei-chen, J. (2018). The Influencing Factors, Regional Difference and Temporal Variation of Industrial Technology Innovation: Evidence With the FOA-GRNN Model. Sustainability. doi:10.3390/su10010187
- Zhou, K. Z. & Wu, F. (2009). Technological Capability, Strategic Flexibility, and Product Innovation. Strategic Management Journal. doi:10.1002/smj.830

SEÇİLMİŞ GÖSTERGELERLE BİST SİGORTA ENDEKSİNDEKİ ŞİRKETLERİN KARŞILAŞTIRILMASI

Ahmet AKATAK¹

Osman KAVAK²

1. GİRİŞ

Finansal sistemin unsurlarından olan sigortacılık sektörü tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de hızla gelişen ve büyüyen sektörlerin başında gelmektedir. Hem bireyler hem de kurumlar tehlikeli durumlardan sakınmak ve risklerden kaçınmak için sigortacılık sistemine yönelmekte ve maddi varlıklarını güvence altına alma gereksinimi duymaktadırlar. Son zamanlarda Türkiye’de sigortacılık sektöründe kaydedilen prim miktarları ve poliçe sayısının yanı sıra sektörün aktif büyüklüğü, büyüme oranları, kârlılığı, istihdam edilen çalışan sayısı gibi verilerde de artışlar görülmektedir (Çatıkkaş ve Duramaz, 2020, s. 89). Sektöre işlevsel açıdan bakıldığında sigorta kavramı bir güven ortamı oluşturmalarının yanı sıra sermaye piyasasının gelişimine katkıda bulunması, tasarruf aracı olması ve yatırım fonlarına kaynak sağlaması gibi özellikleri açısından değerlendirildiğinde sigortacılık sektörünün üzerinde durulması gerektiği ve bu alana yönelik performans analizlerinin yapılması önem arz etmektedir.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Savur Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, ahmetakatak@artuklu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6263-1033.

² Dr. Öğr. Üyesi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Savur Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, osmankavak47@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9630-8437.

Sigortacılık faaliyetlerinin ülke ekonomisine hem mikro hem de makro açıdan faydaları bulunmaktadır. Mikro açıdan; düşük bütçelerle kurulan küçük işletmeleri olumlu etkilemekte ve girişimcilerin daha uygun maliyetle yatırım sermayesi bulmalarına olanak tanımaktadır. Makro açıdan düşünüldüğünde ise ülke ekonomisine katkı sağlayarak ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği söylenebilir. Ayrıca sosyal güvenlik sisteminin yükünü paylaşması, vergi kaynağı oluşturması ve istihdama katkı sunması açısından da olumlu etkileri olduğu görülmektedir (Bayramoğlu ve Başarır, 2016, s.136).

Artan rekabet koşullarında sigorta şirketlerinin hizmet verebilmeleri, varlıklarını en uygun şekilde değerlendirmeleri ve verimli çalışabilmeleri finansal yapılarının iyi olmasına bağlıdır. Ülkelerin ekonomik büyüme göstergelerine direkt etki eden sigortacılık sektörünün etkin bir biçimde işlediğini belirlemek yapılacak birtakım finansal performans analizleriyle mümkündür. Yapılan analizler neticesinde sektörün etkililiği ve verimliliği hakkında sonuçlar alınmakta ve sigorta sektörünün mevcut durumu belirlenebilmektedir. Bu sebeple çalışmamız, BİST Sigorta endeksinde işlem gören sigorta şirketlerine ait seçilmiş göstergeler kullanılarak sigorta sektörünün finansal durumunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ayrıca Borsa İstanbul A.Ş.'de işlem gören altı adet şirketin 2022 yılsonu itibarıyla finansal durumuna dair performans değerlendirmesinin yapılması ve bu şirketlere ait seçilmiş göstergeler bakımından elde edilen bulgulara göre birbirleriyle karşılaştırmalı bir sıralamaya tabi tutulması amaçlanmaktadır. Böylelikle çalışmaya konu olan sigorta şirketleri ile ilgili karşılaştırma ve değerlendirmelere yer verilerek sektörün mevcut durumu tespit edilecektir.

2. TÜRKİYE'DE SİGORTA SEKTÖRÜNÜN DURUMU

Sigorta, ekonomik sistemde bulunan aktörlerin tek başlarına mücadele edemeyecekleri riskleri çeşitlendirerek en aza indirmeyi veya tamamen yok etmeyi hedefleyen risk transfer ve risk yönetim mekanizmasıdır. Sigortacılık sektörü ise hem bireylerden olsun hem de kurumlardan olsun toplanan primler sayesinde, finans sistemine uzun dönemde kaynak sağlamaktadır. Ayrıca bu sektör ekonomideki likidite miktarında artış sağlayarak finansal sistemin etkinliğine katkı sağlamaktadır. Bu şekilde özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomi politikalarına katkıda bulunmaktadır. Ekonomik anlamda Türkiye gelişmekte olan ülkeler arasında yer aldığı için sigorta sektörü dinamik bir yapıya sahiptir (Akbulut ve Gümüşkaya, 2022, s. 2427). Hizmet sektörü alanında faaliyet gösteren sigorta şirketleri özellikle son yıllarda Türkiye’de yaşanan yabancı sermaye yatırımlarıyla dikkat çekmektedir. Sigorta şirketlerinde yaşanan yabancı sermaye yatırımlarıyla beraber satın alma ve birleşmelerin artması, Türkiye’de sigortacılık sektöründeki rekabete pozitif yönde etki etmiştir (Biriktir ve Şentürk, 2022, s. 37).

Türkiye’de sigorta sektörünün mevcut durumunu daha iyi anlayabilmek adına bu alanda hizmet sunan sigorta şirketlerinin faaliyet türlerine göre incelenmesinde fayda vardır. Literatürde sigorta türleri farklı biçimde sınıflandırılmaktadır. Çok eski çalışmalar incelendiğinde nakliyat ve nakliyat dışı sınıflandırması yapıldığı görülmektedir. Hukuk kaynaklarına göre zarar ve meblağ sigortası sınıflandırması yapıldığı dikkati çekmektedir. Ayrıca kullanılan en yaygın sınıflandırma hayat ve emeklilik sigortaları ile hayat dışı sigortalar şeklindedir. Uygulamacıların ise sigorta türlerini mal, can ve sorumluluk sigortaları şeklinde sınıflandırmaya tabi tuttukları ve en yaygın olarak görülen üçlü bir ayırım yaptıkları görülmektedir. Bu

çalışmamızda da sigorta türlerini en yaygın olarak kullanılan mal, can ve sorumluluk sigortaları şeklinde sınıflandırmayı tercih edeceğiz. Sigorta türlerinin ana grupları; mal sigortaları, can sigortaları, bireysel emeklilik ve sorumluluk sigortaları biçiminde sınıflandırılırken, grup içindeki branşlarda ise hayat dışı, hayat ve emeklilik sistemi şeklinde gruplar halinde sınıflandırılmaktadır. Mal sigortaları hayat dışı sigorta branşlarını kapsarken, can sigortaları ve emeklilik ise hayat ve emeklilik sistemi branşlarını kapsamaktadır. Aşağıdaki tabloda sigorta grupları ve branşları gösterilmektedir:

Tablo 1. Sigorta Türleri

Mal Sigortaları	Can Sigortaları/ Emeklilik	Sorumluluk Sigortaları
Kaza	Hayat	İşveren Mali Sorumluluk
Nakliyat	Bireysel Emeklilik	Taşımacılık Zorunlu Sorumluluk
Raylı Araçlar	Hastalık-Sağlık	Özel Güvenlik Sorumluluk
İşyeri	Yatırım Fonlu Sigortalar	Hekim Mesleki Sorumluluk
Su Araçları		Üçüncü Şahıs Sorumluluk
Kara Araçları		Tüpgaz Zorunlu Sorumluluk
Yangın		Mali Müşavir Mesleki Sorumluluk
Hırsızlık		Sigorta İşletmeciliği Sorumluk
Konut		Kıyı Tesisleri Sorumluluk
Hava Araçları		Mimar ve Mühendis Mesleki Sorumluluk
Doğal Afet Tarımsal Zarar		Akaryakıt

Kaynak: Pehlivan, 2018

Tablo 1’de gruplara göre mal sigortaları, can sigortaları/emeklilik ve sorumluluk sigortaları türlerinde gösterilen branş sigortaları yer almaktadır. Bu branş sigortalarının çeşitliliği ve sayısı zamanla ihtiyaca göre değişerek yeniden şekillenmektedir.

Türkiye’de 25 Mayıs 2023 tarihi itibarıyla Türkiye Sigortalar Birliği’ne kayıtlı 47’si hayat dışı şirket, 20’si hayat ve emeklilik şirketi ve 5’i reasürans şirketi olmak üzere, toplam 72 üye şirket bulunmaktadır (Türkiye Sigortalar Birliği, 2023). Türkiye’de sigortacılığın finans sektörüne girişi 1987 yılında Sigorta Murakabe Kanunu’nda yapılan düzenlemeler neticesinde sınırlandırmaların kaldırılması sonucunda olmuştur (Acar, 2019, s. 137). Bankacılık sektörünün 2021 yılsonu itibarıyla 9,2 trilyon TL aktif büyüklüğü ve % 89,7 pay oranıyla başı çektiği finans sektöründe sigortacılık sektörü 427 milyar TL ve % 4,1 pay oranıyla bankacılık sektörünün ardından ikinci sırada yer almıştır. Son zamanlarda sigorta şirketleri arasındaki yoğun rekabet sayesinde sigorta sektörünün finans sektörü içindeki payı giderek artmaktadır. Sektörde en çok prim üretim payı yaklaşık 205 milyar TL ile hayat dışı sigortacılık branşına aittir (Türkiye Sigorta Birliği, 2022/Aralık) Türkiye Sigorta Birliği’nin açıkladığı istatistiklere göre, sektör 2022 yılında bir önceki yıla göre % 36 büyümüştür (Türkiye Sigortalar Birliği, 2022).

3. AMAÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın amacı sigorta sektöründe etkin bir şekilde rol alan BİST Sigorta endeksinde bulunan şirketlere ait seçilmiş çeşitli göstergeler kullanılarak sigorta sektörünün mevcut durumunu ortaya koymaktır. Ayrıca Borsa İstanbul A.Ş.’de işlem gören altı adet şirketin 2022 yılsonu itibarıyla finansal durumuna dair performans değerlendirmesi yapılması ve bu şirketlere ait seçilmiş göstergeler bakımından elde edilen bulgulara göre birbirleriyle karşılaştırmalı bir sıralamaya tabi tutulması amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda Borsa İstanbul (Bist) sigorta endeksinde yer alan Anadolu Sigorta, Türkiye Sigorta,

Aksigorta, Anadolu Hayat Emeklilik, AgeSa Hayat Emeklilik ve Ray Sigorta şirketlerine ait veriler kamuya açık veri tabanlarından (Kamu Aydınlatma Platformu, Türkiye Sigorta Birliği, Şirketlerin Faaliyet Raporları) elde edilmiştir. Elde edilen veriler tablolara aktararak veri setinin görselleştirilmesi yöntemiyle analiz edilmiştir. Şirketlerin finansal performanslarını en iyi yansıtan göstergeler olarak işletmenin toplam aktifleri(toplam büyüklüğü), toplam prim üretimi, pazar payı, net kârı/zararı, çalışan sayısı ve poliçe sayısı göstergeleri kullanılmıştır.

3.1. Bist Sigorta Endeksindeki Şirketler Hakkında

Türkiye’de sigortacılık sektöründe 2023 Mayıs ayı itibariyle toplam 72 sigorta şirketi faaliyetlerine devam etmektedir. Bu şirketlerden 6 tanesi Borsa İstanbul’da işlem görmektedir ve bu şirketler BİST Sigorta endeksini oluşturmaktadır. Endekste yer alan şirketler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2. BİST Sigorta Endeksindeki Şirketler

Sıra	Şirket Kodu	Şirket Unvanı	Sektör
1	ANSGR.E	ANADOLU SİGORTA	SİGORTA ŞİRKETLERİ
2	TURSG.E	TÜRKİYE SİGORTA	SİGORTA ŞİRKETLERİ
3	AKGRT.E	AKSİGORTA	SİGORTA ŞİRKETLERİ
4	ANHYT.E	ANADOLU HAYAT EMEKLİLİK	SİGORTA ŞİRKETLERİ
5	AGESA.E	AGESA HAYAT EMEKLİLİK	SİGORTA ŞİRKETLERİ
6	RAYSG.E	RAY SİGORTA	SİGORTA ŞİRKETLERİ

Kaynak: Borsa İstanbul, 2023

Tablo 2’de gösterilen BİST Sigorta endeksindeki şirketlerin sıralaması, borsadaki şirket kodları ve şirket sektörleri Borsa İstanbul’un resmi sitesindeki verilere göre hazırlanmıştır. Dolayısıyla BİST Sigorta endeksinde yer alan şirketlere ait detaylı bilgiler ve özet finansal veriler şu şekildedir;

3.1.1. Anadolu Sigorta

Ülkemizin ilk ulusal sigorta şirketi olarak 1925 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatıyla kurulan Anadolu Sigorta, Türk sigortacılık sektörünün öncüsü olmanın bilinci ile faaliyet göstermektedir. Şirket, hayat dışında birçok branşta (yangın, tarım, hukuksal koruma, kaza, nakliyat, ferdi kaza, mühendislik, sağlık vb.) faaliyette bulunmaktadır. Şirket, diğer branşlarla birlikte sağlık, kasko, yükümlülük, mühendislik, yangın, deniz ve ev sigortası paketleri sunmaktadır. Anadolu Sigorta, Kuzey Kıbrıs Şubesi de dâhil olmak üzere 10 Bölge Müdürlüğü ve Yurt çapında yaklaşık 2.500 profesyonel acentesiyle faaliyetlerine devam etmektedir.

Tablo 3. Anadolu Sigorta Finansal Görünüm

Finansal Göstergeler (TL)	2022	2021
Toplam Prim Üretimi	23.755.830	10.735.252
Toplam Aktifler	30.706.036	16.775.578
Ödenen Hasarlar	10.204.161	5.299.842
Ödenmiş Sermaye	500	500
Öz Kaynaklar	6.048.457	3.203.552
Vergi Öncesi Kâr/Zarar	1.409.984	699,041
Net Kâr/Zarar	1.133.201.306	521,837

Kaynak: Anadolu Sigorta Faaliyet Raporu, 2022

Bir Türkiye İş Bankası iştiraki olan Anadolu Sigorta'nın % 48 oranındaki payı, Borsa İstanbul (BİST) Yıldız Pazarı'nda işlem görmektedir. Anadolu Sigorta 2022 yılı faaliyetleriyle bir önceki yıla göre % 117,2 oranında artışla 1.133.201.306 TL net kâr elde etmiş, toplam prim üretimi ise 2022 yılında % 121,3 oranında artış göstererek 23.755.830 TL olmuştur. Şirketin finansal durumu ve faaliyet sonuçları incelendiğinde 2022 yılı için kârlılığın ve prim üretiminin arttığı ve başarılı bir yıl olduğu sonucuna varılabilir (Anadolu Sigorta Faaliyet Raporu, 2022).

3.1.2. Türkiye Sigorta

Türkiye Sigorta, ulusal ve uluslararası hizmetler sunan Türkiye merkezli bir şirkettir. Eski adı Güneş sigorta olan Türkiye Sigorta şirketi, Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın Yeni Ekonomi Programı çerçevesinde bankacılık dışı finansal sektörün geliştirilmesi amacıyla Halk Sigorta ve Ziraat Sigorta'nın Güneş Sigorta çatısı altında 31 Ağustos 2020 tarihinde birleşmesiyle faaliyetlerine başlamıştır. Şirketin ürünleri arasında kaza, yangın, tarım, taşıma, mühendislik ve sağlık sigortaları bulunmaktadır. Ayrıca ana sigorta branşlarına ek olarak seyahat, hırsızlık, cam, otel paketi, ofis, muayene odası, alacak, araç kazası ve trafik yeşil kart sigortası gibi çok geniş sigorta ürünü sunmaktadır. Merkezi İstanbul'da bulunan şirket; 6,4 milyon müşteri, 14 acente bölge müdürlüğü, 9 bankasürans bölge müdürlüğü, 3.766 acente, 4.655 banka şubesi, 114 broker ve 390 doğrudan satış ekibi ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Türkiye Sigorta'nın ana hissedarı, % 81,10 payla Türk Varlık Fonu'dur. Şirket'in kalan % 18,90 hissesi Borsa İstanbul'da işlem görmektedir.

Tablo 4. Türkiye Sigorta Finansal Görünüm

Finansal Göstergeler (TL)	2022	2021
Toplam Prim Üretimi	25.173.422.675	11.749.646.570
Toplam Aktifler	28.199.127.771	14.351.084.761
Ödenen Hasarlar	6.915.516.192	3.769.970.197
Ödenmiş Sermaye	1.161.523.363	1.161.523.363
Öz Kaynaklar	6.420.726.465	4.220.065.907
Vergi Öncesi Kâr/Zarar	986.209.843	1.401.672.148
Net Kâr/Zarar	941.403.358	1.058.300.968

Kaynak: Türkiye Sigorta Faaliyet Raporu, 2022

Türkiye Sigorta 2022 yılı sonunda 941.403.358 TL net kâr elde etmiştir. 2022 yılında prim üretimi ise % 114 oranında artış göstererek 25.173.422.675 TL'ye ulaşmıştır. 1957'de Vakıflar Bankası ve Toprak Mahsulleri Ofisi önderliğinde 2,5 milyon TL sermaye ile kurulan Türkiye Sigorta (eski unvanıyla

Güneş Sigorta), köklü geçmişi ve güçlü yapısıyla sigorta sektörünün bugününü ve geleceğini şekillendirmek üzere faaliyetlerini sürdürmektedir (Türkiye Sigorta Faaliyet Raporu, 2022).

3.1.3. Aksigorta

Aksigorta, 1960 yılında İstanbul ve Adana illerinde Sabancı Topluluğu bünyesindeki şirketlere hizmet etmek üzere kurulmuş daha sonra Türkiye genelinde müşterilerine sunduğu zengin ürünlerle sektörün önde gelen sigorta şirketleri arasına girmiştir. Şirket ürünleri açısından kasko ve trafik sigortası, seyahat sigortası, bireysel sağlık sigortası ve kurumsal sigortalar olmak üzere geniş bir yelpazeye sahiptir. Ayrıca ulusal ve uluslararası kargo, değerli evraklar ve yatlar için deniz sigortası; elektronik aletler ve makine bozulmalarını kapsayan mühendislik sigortası; aşırı yağış riskleri ve sera hasarı için tarım sigortası ürünleri bulunmaktadır. Aksigorta, Sabancı Holding ve Belçikalı Ageas'ın ortaklığından sonra marka bilinirliğini ve değerini artırmakta; sektörün gelişimine katkıda bulunarak pazar payını büyütmeyi hedeflemektedir. Şirket, Aksigorta Hizmet Merkezi aracılığıyla hizmetlerini online olarak da sunmaktadır. Şirket, müşterilerine 10 bölge müdürlüğü, 3.500'ün üzerinde acente, 120 broker, 710 Akbank şubesi, 680 çalışan ve 6 bine yakın anlaşmalı kurum ile faaliyetlerini sürdürmektedir.

Tablo 5. AkSigorta Finansal Görünüm

Finansal Göstergeler (Milyon TL)	2022	2021
Toplam Prim Üretimi	13,563	6,988
Toplam Aktifler	12,831	7,388
Ödenen Hasarlar	5,261	3,05
Ödenmiş Sermaye	1,612	306
Öz Kaynaklar	1,949	1,049
Vergi Öncesi Kâr/Zarar	-121	295
Net Kâr/Zarar	-121	189

Kaynak: AkSigorta Faaliyet Raporu, 2022

Aksigorta 2022 yılı sonunda 121.148.616 TL zarar etmiştir. Aksigorta'nın prim üretimi önceki yıla göre % 94 artarak 13.563 milyon TL'ye ulaşmıştır. Hacı Ömer Sabancı Holding Anonim Şirketi'nin bir iştiraki olan şirket, “Yeni Nesil Sigortacılık” sloganıyla sade ve erişilebilir ürünlerle sigortacılığın sınırlarını zorlamayı ve sigortacılığa farklı bir bakış açısı getirmeyi hedefleyerek faaliyetlerine devam etmektedir (Aksigorta Faaliyet Raporu, 2022).

3.1.4. Anadolu Hayat Emeklilik

Eski adı Anadolu Hayat Sigorta olan Anadolu Hayat Emeklilik Şirketi 1990 yılında "Türkiye'nin ilk hayat sigortası şirketi" olarak hizmet vermeye başlamıştır. Türkiye’de kurulmuş hayat sigortası ve emeklilik fonu şirkettir. Bireysel emeklilik sisteminin ülkemizde 2003 yılında hayata geçirilmesiyle beraber emeklilik şirketi statüsüne kavuşan Anadolu Hayat Sigorta şirketi, “Anadolu Hayat Emeklilik A.Ş.” ismiyle faaliyetlerini sürdürmeye devam etmiştir. Şirketin sunmuş olduğu hizmetler arasında emeklilik portföyü danışmanlığı, eğitim sigortası, sağlık sigortası, bireysel ve grup hayat sigortası ve reasürans ürünleri bulunmaktadır. Türkiye İş Bankası'nın bir iştiraki olan Anadolu Hayat Emeklilik yaklaşık 330 acentesi sayesinde yaygın bir hizmet yapılanmasına sahiptir.

Tablo 6. Anadolu Hayat Emeklilik Finansal Görünüm

Finansal Göstergeler (TL)	2022	2021
Toplam Prim Üretimi	9.402.658	4.356.478
Toplam Aktifler	90.581.622	51.464.651
Ödenen Hasarlar	74.772.635	99.475.310
Ödenmiş Sermaye	430	430
Öz Kaynaklar	3.388.649	1.849.173
Vergi Öncesi Kâr/Zarar	1.691.997	880,043
Net Kâr/Zarar	1.354.802	685,585

Kaynak: Anadolu Hayat Emeklilik Faaliyet Raporu, 2022

2022 yılında Anadolu Hayat Emeklilik'in net kârı % 98 oranında artışla 1.354.802 TL'ye ulaşmıştır. Şirket'in prim üretimi önceki yıla oranla % 116 artarak 9.402.658 TL olarak gerçekleşmiştir. Bulunduğu sektöre yön veren şirket olmanın ötesinde bireysel emeklilik ve hayat sigortaları branşlarında “özel sermayeli şirketler arasında en büyük fon yaratan şirket” unvanını korumaktadır. (Anadolu Hayat Emeklilik Faaliyet Raporu, 2022).

3.1.5. AgeSa Hayat Emeklilik

Eski adı AvivaSa olan şirketinin kuruluşu 2007 yılına dayanmaktadır; Sabancı Holding 5 Mayıs 2021 tarihinde Belçikalı sigorta şirketi Ageas ile eşit oranlı ortaklık kurmuş ve 1 Temmuz 2021'den beri ismini “AgeSA Hayat ve Emeklilik” şeklinde değiştirmiştir. AgeSA Hayat Emeklilik şirketi bireysel emeklilik, hayat sigortası ve ferdi kaza sigortası alanlarında çeşitli hizmetler sunmaktadır. Şirketin sunmuş olduğu başlıca ürünler şunlardır: Biriktiren VIP planı, emekliliğe yatırım planı, mutlu birikimler planı, biriktiren gelecek planı, nar planı, zümrüt plan, geri ödemeli hayat sigortası, uzun süreli hayat sigortası, sürekli eğitim sigortası, gelecek elinizde, hayatım destek sigortası, VIP hayat sigortası ve Kobi kredili hayat sigortasıdır. Şirket ayrıca kişisel kaza ve işsizlik sigortalarının yanı sıra kurumsal çözümler de sunmaktadır.

Tablo 7. AgeSa Hayat Emeklilik Finansal Görünüm

Finansal Göstergeler (Milyon TL)	2022	2021
Toplam Prim Üretimi	10,8	4,42
Toplam Aktifler	87,633	50,236
Ödenen Hasarlar	64,613	11,087
Ödenmiş Sermaye	180	180
Öz Kaynaklar	1,726	893
Vergi Öncesi Kâr/Zarar	1,091	624
Net Kâr/Zarar	875	452

Kaynak: AgeSa Hayat Emeklilik Faaliyet Raporu, 2022

AgeSA'nın 2022 yılsonu itibarıyla net kârı % 94 oranında artarak 875 milyon TL'ye yükselmiştir. Toplam prim üretimi ise 2022 yılsonu itibarıyla % 144 oranında artarak 10,8 milyar TL'ye yükselmiştir. Avrupa'nın önde gelen sigorta şirketlerinden olan Ageas ve Sabancı Holding ortaklığıyla hizmet veren AgeSA şirketi, güçlü finansal yapısıyla sektörün bir parçası olarak bireysel emeklilik fon büyüklüğü açısından önemli bir konumda faaliyetlerini sürdürmektedir (AgeSa Hayat Emeklilik Faaliyet Raporu, 2022).

3.1.6. Ray Sigorta

Ulusal taşımacılık şirketleri olan Türk Hava Yolları, Devlet Demiryolu, PTT ve Denizcilik işletmelerinin girişimleri ile 1958 yılında kurulan Türkiye merkezli bir sigorta şirkettir. Şirket nakliyat, hayat, kaza, işyeri, yangın, mühendislik, motorlu taşıt, seyahat, tarım, hukuki koruma, mühendislik, denizcilik ve tekne sigortaları gibi özel sigortalar da sunmaktadır. Ray Sigorta, 2022 yılı sonu itibarıyla 8 bölge müdürlüğü ve çağrı merkezinde 313 çalışanın yanı sıra 1712 acente, 127 acente şubesi, fibabanka, 91 broker, 9 broker şubesi, 1347 anlaşmalı oto servisi, 448 cam servisi ve 3974 anlaşmalı sağlık kuruluşu ile hizmetlerini yürütmektedir.

Tablo 8. Ray Sigorta Finansal Görünüm

Finansal Göstergeler (TL)	2022	2021
Toplam Prim Üretimi	6.148.770.094	2.220.372.315
Toplam Aktifler	5.442.491.581	2.280.945.511
Ödenen Hasarlar	1.006.548.944	626.194.991
Ödenmiş Sermaye	163.069.856	163.069.856
Öz Kaynaklar	890.877.876	439.743.930
Vergi Öncesi Kâr/Zarar	39.260.842	22.144.876
Net Kâr/Zarar	179.719.075	68.315.828

Kaynak: Ray Sigorta Faaliyet Raporu, 2022

Ray Sigorta 2022 yılı sonunda 179.719.075 TL kâr elde etmiştir. Şirket'in prim üretimi önceki yıla oranla % 177 artarak

6.148.770.094 TL olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılı içerisinde şirketin ödenmiş sermayesi değişmemiş. Şirket sermaye artırımını en son 2011 yılında yapmıştır. 137.069.856 TL olan sermayenin tamamı nakden karşılanmak üzere 26.000.000.TL eklenme suretiyle 163.069.856.TL'ye çıkarılmıştır (Ray Sigorta Faaliyet Raporu, 2022).

4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Bu bölümde çalışmamızın odak noktasını oluşturan Bist Sigorta endeksinde işlem gören şirketlere ait elde ettiğimiz verilerin karşılaştırılması ayrıntılı olarak yapılacak ve hangi şirketin finansal anlamda daha üstün olduğu değerlendirilecektir.

4.1. Seçilmiş Göstergelerle Şirketlerin Karşılaştırılması

Modern ekonomi bakımından sigortacılık sektörünün iktisadi anlamda bir tasarruf aracı olması, devlete kaynak sağlaması, müteşebbislere kredi imkânı sunması ve ekonomik istikrarın bir göstergesi olması gibi birçok fonksiyonu olduğundan sigortacılığın önem derecesi de artmaktadır (Özbolat, 2017, s. 34-45). Dolayısıyla bu denli öneme sahip olan sigortacılık sektöründe yer alan şirketlerin finansal durumunu ortaya çıkarmak ve aynı sektörde yer alan şirketlerin birbirlerine karşı ekonomik üstünlüğünü belirlemek literatür için bir zorunluluk halini almıştır. Literatürdeki boşluğu dolduracak olan bu çalışmamızda sigorta sektöründe başı çeken ve BİST Sigorta endeksinde işlem gören Anadolu Sigorta, Türkiye Sigorta, Aksigorta, Anadolu Hayat Emeklilik, AgeSa Hayat Emeklilik ve Ray Sigorta şirketlerinin seçilmiş göstergelere göre karşılaştırılması yapılmıştır. Şirketlerin karşılaştırılması yapılırken ilgili kullanıcılara en iyi bilgiyi sunan işletmenin toplam aktifleri(toplam büyüklüğü), toplam prim üretimi, pazar

payı, net kârı/zararı, çalışan sayısı ve poliçe sayısı göstergelerinden istifade edilmiştir.

Şirketlere ait seçilmiş göstergelerin verileri Türkiye Sigorta Birliği, Kamu Aydınlatma Platformu ve şirketlerin yılsonu faaliyet raporlarından elde edilmiştir. Seçilmiş gösterge verileri 2022 yılını kapsamaktadır. Çalışmanın amaçlarından biri olan hangi şirketin hangi yönünün sektördeki rakip şirketlere göre daha üstün olduğunu tespit etmeye yönelik belirlemiş olduğumuz göstergelere göre yaptığımız karşılaştırmayı gösteren tablo şu şekildedir:

Tablo 9. BİST Sigorta Endeksindeki Şirketlerin Seçilmiş Gösterge Verileri

Şirketler	Toplam Aktifler (Milyar TL)	Toplam Prim Üretimi (Milyar TL)	Pazar Payı	Net Kâr/Zarar	Çalışan Sayısı	Poliçe Sayısı (Hayat Dışı)
Anadolu Sigorta	30,706	23,756	%11.64	1.133.201.306	1,577	5.271.431
Türkiye Sigorta	28,199	25,173	%12.3	941.403.358	1,583	12.146.346
Ak Sigorta	12,831	13,563	%6.9	-121.148.616	680	3.149.710
Anadolu Hayat Emeklilik	90,582	9,403	%11.7	1.354.802	1,053	66,136
AgeSa Hayat Emeklilik	87,583	10,8	%11.6	874.584.194	1,712	165,776
Ray Sigorta	5,442	6,149	%3.01	179.719.075	313	3.282.921

Kaynak: TSB, KAP, Faaliyet Raporları, 2022

Tablo 9'a göre BİST sigorta endeksinde toplam aktifleri en yüksek 6 sigorta şirketin sıralaması Anadolu Hayat Emeklilik, AgeSa Hayat Emeklilik, Anadolu Sigorta, Türkiye Sigorta, Ak Sigorta ve Ray Sigorta şeklindedir. Anadolu Hayat Emeklilik şirketinin 2022 yılsonu itibari ile toplam aktifleri 90.582 milyar TL, AgeSa Hayat Emeklilik şirketinin 87.583

milyar TL, Anadolu Sigorta şirketinin 30.706 milyar TL, Türkiye Sigorta şirketinin 28.199 milyar TL, Ak Sigorta şirketinin 12.831 milyar TL ve Ray Sigorta şirketinin 5.442 milyar TL'dir. Toplam aktif büyüklüğü en yüksek olan şirket Anadolu Hayat Emeklilik olurken, toplam aktif büyüklüğü en düşük şirket ise Ray Sigorta'dır.

Tablo 9'daki veriler incelendiğinde 2022 yılında toplam prim üretimleri bakımından en büyük sigorta şirketinin 25.173 milyar TL'lik prim üretimi gerçekleştiren Türkiye Sigorta şirketi olduğu görülmektedir. Türkiye Sigorta şirketinin ardından ikinci sırada 23.756 milyar TL prim üretimiyle Anadolu Sigorta şirketi, üçüncü sırada 13.563 milyar TL prim üretimiyle Ak Sigorta şirketi, dördüncü sırada 10.800 milyar TL prim üretimiyle AgeSa Hayat Emeklilik sigorta şirketi, beşinci sırada 9.403 milyar TL prim üretimiyle Anadolu Hayat Emeklilik sigorta şirketi ve altıncı sırada 5.442 milyar TL prim üretimiyle Ray Sigorta şirketi bulunmaktadır. Böylelikle BİST Sigorta endeksinde yer alan 6 şirket arasında en büyük toplam prim üretim miktarına sahip sigorta şirketi Türkiye Sigorta olurken en düşük toplam prim üretim miktarına sahip şirket ise Ray Sigorta olduğu görülmektedir.

Şirket için pazar payı; içinde bulunulan sektördeki rakip firmalara göre şirketin satışlarının ilgili sektördeki toplam satışlara oranı şeklinde tanımlanabilir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere pazar payını etkileyen şirketin satışları ve sektördeki toplam satışlardır. Şirketin satış rakamları bakımından başarılı olarak değerlendirilebilmesi pazar payının bilinmesine bağlıdır (Kotler, 2000: 56).

Tablo 9'a göre BİST sigorta endeksinde pazar payı en yüksek 6 sigorta şirketi sıralaması Türkiye Sigorta, Anadolu Hayat Emeklilik, Anadolu Sigorta, AgeSa Hayat Emeklilik, Ak Sigorta ve Ray Sigorta şeklindedir. 2022 yılsonu itibarı ile

Türkiye Sigorta şirketinin pazar payı % 12.3, Anadolu Hayat Emeklilik sigorta şirketinin pazar payı % 11.7, Anadolu Sigorta şirketinin pazar payı % 11.64, AgeSa Hayat Emeklilik sigorta şirketinin pazar payı % 11.6, Ak Sigorta şirketinin pazar payı % 6.9 ve Ray Sigorta şirketinin pazar payı % 3.01 şeklindedir. Bu verilere göre BİST Sigorta endeksinde yer alan 6 şirket arasında en büyük pazar payına sahip sigorta şirketi Türkiye Sigorta olurken en düşük pazar payına sahip şirket ise Ray Sigorta olduğu görülmektedir. Sigorta sektöründe Türkiye Sigorta şirketinin çok fazla etkinliğe sahip olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

Tablo 9'daki veriler incelendiğinde 2022 yılında elde edilen net kâr veya zarar bakımından BİST Sigorta endeksinde yer alan en büyük sigorta şirketinin 1.133.201.306 TL'lik net kârla Anadolu Sigorta şirketi olduğu görülmektedir. Anadolu Sigorta şirketinin ardından ikinci sırada 941.403.358 TL net kârla Türkiye Sigorta şirketi, üçüncü sırada 874.584.194 TL net kârla AgeSa Hayat Emeklilik sigorta şirketi, dördüncü sırada 179.719.075 TL net kârla Ray Sigorta şirketi, beşinci sırada 1.354.802 TL net kârla Anadolu Hayat Emeklilik sigorta şirketi ve altıncı sırada -121.148.616 TL zararla Ak Sigorta şirketi bulunmaktadır. Böylelikle BİST Sigorta endeksinde yer alan 6 şirket arasında en büyük net kâra sahip sigorta şirketi Anadolu Sigorta olurken zarar eden tek şirket olan Ak Sigorta ise sıralamada en son konumda yer almaktadır.

Tablo 9'a göre BİST sigorta endeksinde çalışan sayısı en fazla olan 6 sigorta şirketi sıralaması AgeSa Hayat Emeklilik, Türkiye Sigorta, Anadolu Sigorta, Anadolu Hayat Emeklilik, Ak Sigorta ve Ray Sigorta şeklindedir. 2022 yılsonu itibari ile AgeSa Hayat Emeklilik sigorta şirketinin çalışan sayısı 1.712 kişi, Türkiye Sigorta şirketinin çalışan sayısı 1.583 kişi, Anadolu Sigorta şirketinin çalışan sayısı 1.577 kişi, Anadolu Hayat Emeklilik sigorta şirketinin çalışan sayısı 1.053 kişi, Ak Sigorta

şirketinin çalışan sayısı 680 kişi ve Ray Sigorta şirketinin çalışan sayısı 313 kişi şeklindedir. Bu verilere göre BİST Sigorta endeksinde yer alan 6 şirket arasında çalışan sayısı bakımından en üst basamakta AgeSa Hayat Emeklilik sigorta şirketi yer alırken en alt basamakta ise Ray Sigorta şirketi olduğu görülmektedir. Yaratılan istihdam bakımından ülke ekonomisine en fazla katkıda bulunan sigorta şirketinin AgeSa Hayat Emeklilik olduğu sonucuna varılabilir.

Tablo 9'a göre BİST sigorta endeksinde Poliçe sayısı en yüksek 6 sigorta şirketi sıralaması Türkiye Sigorta, Anadolu Sigorta, Ray Sigorta, Ak Sigorta, AgeSa Hayat Emeklilik ve Anadolu Hayat Emeklilik sigorta şeklindedir. 2022 yılsonu itibari ile Türkiye Sigorta şirketinin poliçe sayısı 12.146.346, Anadolu Sigorta şirketinin poliçe sayısı 5.271.431, Ray Sigorta şirketinin poliçe sayısı 3.282.921, Ak Sigorta şirketinin poliçe sayısı 3.149.710, AgeSa Hayat Emeklilik sigorta şirketinin poliçe sayısı 165.776 ve Anadolu Hayat Emeklilik sigorta şirketinin poliçe sayısı 66.136 şeklindedir. Bu verilere göre BİST Sigorta endeksinde yer alan 6 şirket arasında en yüksek poliçe sayısına sahip sigorta şirketi Türkiye Sigorta olurken en düşük poliçe sayısına sahip şirket ise Anadolu Hayat Emeklilik sigorta şirkettir.

5. SONUÇ

Finans sektörü içindeki payı her geçen gün artan sigortacılık sektörü, Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de önemli bir konuma sahiptir. Sigorta, bireylerin oluşan zararlarını belirlenmiş teminatlara göre karşılama fonksiyonuna sahipken oluşacak riskli durumlara karşı ayrıca bireylere güvenli bir ortam sağlamaktadır. İnsanlar riskten kaçınmak için sigorta şirketlerini seçerken seçilen şirketin sektördeki finansal performansına ve sunduğu imkânlarla bakmaktadır. Sigorta

şirketlerinin finansal durumu hem sigortalılar için önem arz etmekte hem de sektörün gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Bu bağlamda hazırlanan çalışmada, sigorta sektöründe etkin bir şekilde rol alan BİST Sigorta endeksinde bulunan şirketlere ait seçilmiş çeşitli göstergeler kullanılarak Türkiye’de sigorta sektörünün durumu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca Borsa İstanbul A.Ş’de yer alan altı adet şirketin 2022 yılsonu itibariyle finansal durumuna yönelik performans değerlemesi yapılması ve bu şirketlere ait seçilmiş göstergeler bakımından elde edilen bulgulara göre şirketlerin karşılaştırması amaçlanmıştır.

Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde; Toplam aktif büyüklüğü en yüksek olan şirketin Anadolu Hayat Emeklilik olduğu, toplam aktif büyüklüğü en düşük şirketin ise Ray Sigorta olduğu tespit edilmiştir. Böylelikle BİST Sigorta endeksinde yer alan şirketler arasında mali performansı en iyi olan şirketin Anadolu Hayat Emeklilik olduğu sonucuna varılmıştır. En yüksek toplam prim üretim miktarına sahip olan sigorta şirketi Türkiye Sigorta olurken en düşük toplam prim üretim miktarına sahip şirket ise Ray Sigorta olduğu görülmektedir. Sektördeki en büyük pazar payına sahip sigorta şirketi Türkiye Sigorta olurken en düşük pazar payına sahip şirket ise Ray Sigorta olduğu görülmektedir. Sigorta sektöründe Türkiye Sigorta şirketinin çok fazla etkinliğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır. BİST Sigorta endeksinde yer alan 6 şirket arasında en büyük net kâra sahip sigorta şirketi Anadolu Sigorta olurken zarar eden tek şirket olan Ak Sigorta ise sıralamada en son konumda yer almaktadır. Çalışan sayısı bakımından bu şirketler arasında en üst basamakta AgeSa Hayat Emeklilik sigorta şirketi yer alırken en alt basamakta ise Ray Sigorta şirketi olduğu görülmektedir. Yaratılan istihdam bakımından ülke ekonomisine en fazla katkıda bulunan sigorta şirketinin AgeSa Hayat Emeklilik olduğu sonucuna varılmıştır. En yüksek poliçe sayısına sahip sigorta şirketi Türkiye Sigorta

olurken en düşük poliçe sayısına sahip şirket ise Anadolu Hayat Emeklilik sigorta şirketidir.

Çalışma sonuçlarına ilişkin yorumlar şirketlerin 2022 yılsonu verilerine dayanarak yapılmış olup bir durum analizi niteliğinde de değerlendirilebilmektedir. BİST Sigorta endeksinde yer alan altı şirketin birbirleriyle karşılaştırılmasına dayanarak finansal performanslarının belirlendiği bu çalışma hem sigortacılık alanındaki akademik yazına hem de uygulama da sigorta şirketleri ve ilgili kesime yol gösterici olması bakımından önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Acar, M. (2019). Finansal Performansın Belirlenmesinde ve Sıralanmasında TOPSIS Çok Kriterli Karar Verme Yönteminin Kullanılması: BIST Sigorta Şirketleri Uygulaması, Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 11(21), ss.136 - 162.

AgeSa Hayat Emeklilik 2022 Faaliyet Raporu, <https://www.agesa.com.tr/i/Assets/pdf/2022-faaliyet-raporu.pdf>

Akbulut, O.Y. ve Gümüşkaya, T. (2022). Hayat Dışı Sigorta Sektöründe Finansal Performansın Bütünleşik AHP-SV ve MAIRCA Yöntemleri ile Analizi, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 57(3), 2426-2448.

AkSigorta 2022 Faaliyet Raporu, <https://www.aksigorta.com.tr/online-faaliyet-raporu-2022/>

Anadolu Hayat Emeklilik 2022 Faaliyet Raporu, <https://www.anadoluhayat.com.tr/files/yatirimci-iliskileri/finansalbilgiler/faaliyetraporlari/2022/z2022%20Y%C4%B1%C4%B1%20Faaliyet%20Raporu.pdf>

Anadolu Sigorta 2022 Faaliyet Raporu,
https://www.anadolusigorta.com.tr/Files/YatirimciIliskileri/FinansalBilgiler/FaaliyetRaporlari/2022/Faaliyet_Raporu_2022.pdf

Bayramoğlu, M.F. ve Başarır, Ç. (2016). Borsa İstanbul'da işlem gören sigorta şirketlerinin karşılaştırmalı finansal performans analizi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(4), 135-144.

Biriktirir, S. ve Şentürk, F.K. (2022). Sigortacılık Sektörüne Yönelik Bir Durum Analizi: Düzce Merkez Örneği, Uluslararası İşletme Bilimi ve Uygulamaları Dergisi, 2 (1), 35-55.

Borsa İstanbul Anonim Şirketi,
<https://borsaistanbul.com/tr/endeks-detay/270/bist-sigorta>
Erişim Tarihi: 03.06.2023

Çatıkkaş, Ö. ve Duramaz, S. (Ed.). (2020). Küresel ve Ulusal Gelişmeler Kapsamında Sigortacılık Sektörüne Genel Bir Bakış, Küreselleşmenin Finansal Ve Reel Yaşama Yansımaları. İstanbul: Beta Yayınları

Kamu Aydınlatma Platformu (KAP), 2023.
<https://www.kap.org.tr/tr/Endeksler>

Kotler, P. (2000). Marketing Management. 10.Basım, New Jersey: Pearson Custom Publishing.

Özbolat, M. (2017). Temel Sigortacılık, Seçkin Yayınevi

Pehlivan, P. (2018). Türk Sigorta Sektörünün Gelişimi ve Etkinliği, Journal of Institute of Economic Development and Social Researches, 4(11), 486-497.

Ray Sigorta 2022 Faaliyet Raporu,
https://www.raysigorta.com.tr/Cms_Data/Contents/RaySigortaDB/Media/YatirimciIliskileri/02_Raporlar/1-FaaliyetRaporlari/2022/Ray-Sigorta-Faaliyet-Raporu-2022.pdf

Türkiye Sigorta 2022 Faaliyet Raporu,
<https://www.turkiyesigorta.com.tr/faaliyet-raporlari/turkiyesigorta/2022/#card8>

Türkiye Sigortalar Birliği, 2022/Aralık
<https://www.tsb.org.tr/tr/istatistikler>

Türkiye Sigortalar Birliği. (2023).
<https://www.tsb.org.tr/tr/uye-sirketler>, Erişim Tarihi: 20.05.2023

SANAL BANKACILIKTA İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ETKİNLİKLERİ VE ÖRGÜTSEL BAŞARI

Ahmet DİKEN¹

Cihat KIVRAK²

1. GİRİŞ

Sanal işletmeler, geleneksel olarak faaliyet gösteren fiziksel yapıya sahip işletmelerin aksine belli bir mekanla sınırlanmayan ve teknolojinin sağladığı iletişim ve iş birliği araçlarıyla faaliyet gösteren işletmelerdir. Bu tür işletmelerde insan kaynakları yönetimi, örgütsel başarıyı etkileyen önemli bir faktördür. Sanal örgütler, son yıllarda teknolojinin gelişimiyle birlikte önemli bir büyüme göstermiştir. Bu işletmeler, coğrafi sınırları aşarak çalışanları, müşterileri ve iş ortaklarını bir araya getiren dijital platformlar üzerinde faaliyet gösterir. Sanal işletmelerde başarılı olmak, etkin bir insan kaynakları yönetimi (İKY) stratejisi gerektirir. İKY başarıyı etkileyen bir dizi faaliyeti içerir. İşgücü yönetimi, iletişim ve iş birliği, yetenek geliştirme ve eğitim, performans yönetimi ve geribildirim süreçleri, sanal işletmelerin örgütsel başarılarını artırmada kilit rol oynar. Bu nedenle, sanal işletmelerin insan kaynakları yönetiminin yeni rollerine öncelik vermesi ve bu alanlarda etkin stratejiler uygulaması önemlidir.

¹ Prof. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, adiken@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6455-9749.

² Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, cihatkivrak@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6299-5491.

Bu makalede, sanal banka işletmelerinde insan kaynakları yönetiminin etkinlikleri ve örgütsel başarı teorik çerçevede ele alınmış, buna bağlı olarak bankacılık sektöründe son yıllarda yaşanan dijital dönüşüme yer verilmiştir. Bu anlamda sanal işletmelerde İKY etkinlikleri hakkında bilgi verilerek, sanal banka işletmelerinin özellikleri ve İKY'nin önemi ele alınmış son olarak sanal bankacılıkta İKY etkinlikleri ile örgütsel başarı ele alınmıştır.

2. SANAL İŞLETME

Sanal işletmeler, internet ve diğer teknolojik araçlar aracılığıyla faaliyet gösteren işletmelerdir(Özel, 2018). Bu işletmeler, fiziksel olarak bir ofis veya mağaza gibi bir alana sahip olmadan, müşterilere hizmet sunmak veya ürünler satmak için sanal bir platform kullanırlar. Sanal işletmelerin popülaritesi son yıllarda hızla artmış ve iş dünyasının birçok sektöründe başarılı olmuştur (Yılmaz, 2004). Sanal işletmelerin başarısında, insan kaynakları yönetimi (İKY) kritik bir rol oynamaktadır.

2.1. Sanal İşletmelerin Özellikleri

Sanal işletmeler, çevrimiçi ortamda faaliyet gösteren ve genellikle fiziksel bir mağaza veya ofise sahip olmayan işletmelerdir. Sanal işletmelerin bazı temel özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Çakmak, 2016):

- **Çevrimiçi Varlık:** Sanal işletmelerin faaliyetleri tamamen internet üzerinden gerçekleşir. Müşterilerine ürün veya hizmetlerini çevrimiçi platformlar aracılığıyla sunarlar (Nalçinkaya, 2022). İnternet, satış, pazarlama, iletişim ve müşteri hizmetleri gibi işletme faaliyetlerinin temelini oluşturur.

- **Fiziksel Ofis veya Mağaza Yok:** Sanal işletmelerin genellikle fiziksel bir ofis veya mağaza mekânı bulunmaz. İşletmeler, birçok iş sürecini çevrimiçi olarak yönetir ve

operasyonlarını sanal ortamda gerçekleştirirler. Böylece kira, ekipman veya personel gibi fiziksel işletme maliyetlerinden tasarruf sağlarlar.

- Dijital Ürün veya Hizmet Odaklı: Sanal işletmeler genellikle dijital ürünler veya hizmetler sunar. Örneğin, yazılım, uygulamalar, e-kitaplar, online eğitim programları, danışmanlık hizmetleri gibi dijital ürünler veya çevrimiçi hizmetler sunabilirler. Bu tür ürünlerin dağıtımı ve teslimatı çevrimiçi olarak gerçekleştirilir.

- Küresel Erişim: Sanal işletmeler, internetin global doğası sayesinde potansiyel olarak dünyanın her yerindeki müşterilere erişebilirler. Fiziksel bir mağazanın sınırlı coğrafi erişimiyle karşılaştırıldığında, sanal işletmelerin küresel pazarlarda faaliyet gösterme potansiyeli çok daha yüksektir. Bu da büyük bir müşteri tabanına ve büyüme potansiyeline sahip olmalarını sağlar.

- Dijital Pazarlama Odaklı: Sanal işletmelerin genellikle dijital pazarlama stratejilerine odaklanmaları gerekir. Arama motoru optimizasyonu (SEO), sosyal medya pazarlaması, içerik pazarlaması, e-posta pazarlaması gibi çevrimiçi pazarlama yöntemleri kullanarak hedef kitlelerine ulaşırlar. İyi bir dijital pazarlama stratejisi, sanal işletmelerin farkındalık yaratmasına, müşteri kazanmasına ve satış yapmasına yardımcı olur.

- Esnek Çalışma Koşulları: Sanal işletmelerin genellikle esnek çalışma koşullarına sahip olmaları müşterileri olduğu gibi çalışanları için de avantaj sağlar. Sanal işletmeler, uzaktan çalışma imkânı sunarak çalışanların coğrafi bağımsızlık ve esnek çalışma saatleri gibi avantajlardan yararlanmalarını sağlar (İleri ve Sezgin, 2014). Bu, işletmelerin yetenekli çalışanları çekmesine ve onları tutmasına yardımcı olur.

- **Düşük Maliyetler:** Sanal işletmelerin fiziksel bir mağaza veya ofise sahip olmaması, kira, enerji, sigorta ve diğer işletme maliyetlerinden tasarruf etmelerini sağlar. Ayrıca, çevrimiçi platformlar ve dijital araçlar kullanarak iş süreçlerini otomatikleştirme ve verimliliklerini artırma fırsatına sahiptirler. Bu da genellikle işletme maliyetlerini düşürür.

- **Müşteri Verileri ve Analitiği:** Sanal işletmeler, çevrimiçi faaliyetlerinden elde ettikleri müşteri verilerini analiz edebilir ve müşteri davranışlarını anlamak için kullanabilirler. Bu sayede müşteri tercihlerini belirleyebilir, pazarlama stratejilerini kişiselleştirebilir ve daha iyi müşteri deneyimleri sunabilirler.

- **İletişim ve Müşteri Hizmetleri:** Sanal işletmeler, çevrimiçi kanallar aracılığıyla müşterileriyle iletişim kurarlar. Canlı sohbet, e-posta, sosyal medya veya çağrı merkezi gibi iletişim araçlarını kullanarak müşteri hizmetleri sunarlar. Hızlı ve etkili iletişim, müşteri memnuniyetini artırır ve müşteri sadakatini sağlar.

- **Rekabet Avantajı:** Sanal işletmeler, çevrimiçi pazarda rekabet avantajı elde etme potansiyeline sahiptir. İyi bir dijital pazarlama stratejisi, hedef kitlelerine ulaşma ve marka bilinirliği yaratma konusunda rekabetçi bir avantaj sağlar. Ayrıca, çevrimiçi pazarlama analitiği ve veri kullanımı sayesinde rekabetçi pazarda daha iyi kararlar alabilirler.

Bu özellikler sanal işletmelerin genel olarak taşıdığı özelliklerdir. Her sanal işletmenin faaliyet alanı, büyüklüğü ve hedefleri farklı olabileceğinden, bazı özellikler diğerlerine göre daha belirgin olabilir. Ancak, sanal işletmelerin esneklik, düşük maliyetler ve çevrimiçi varlık gibi temel avantajlarına dayandığı söylenebilir.

3. İŞLETMELERDE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ VE ÖNEMİ

İnsan kaynakları yönetimi, işletmelerin insan kaynaklarına yönelik planlama, geliştirme ve yönetim faaliyetlerini içeren bir süreçtir (Arslan, 2012). İKY, işletmenin başarısı için kritik olan insan kaynaklarına yatırım yapmayı amaçlar. İnsan Kaynakları Yönetimi, bir organizasyonun en önemli varlığı olan insan kaynaklarını etkin bir şekilde yönetmeyi amaçlayan disiplinler arası bir alanı ifade eder. İKY'nin İşletmeler İçin önemine aşağıda maddeler halinde yer verilmiştir (Çavdar ve Çavdar, 2010):

- İşe Alım ve Seçme: İnsan Kaynakları Yönetimi, işe alım ve seçme süreçlerini yöneterek, organizasyonun ihtiyaç duyduğu yeteneklere sahip en uygun adayları bulmayı sağlar. İyi bir işe alım ve seçme süreci, nitelikli ve yetenekli çalışanların organizasyona katılmasını sağlar, böylece organizasyonun performansını artırır.

- Yetenek Yönetimi: İKY, yetenekleri belirleme, geliştirme, yönlendirme ve elde tutma konularında önemli bir rol oynar. Yetenek yönetimi süreçleri sayesinde organizasyon, yetenekli çalışanları tanımlayabilir, onları geliştirme programlarına dahil edebilir ve gelecekteki liderlerini yetiştirebilir.

- Performans Yönetimi: İKY, çalışanların performansını değerlendirme ve yönetme süreçlerini yönlendirir. Performans değerlendirme ve geri bildirim süreçleri, çalışanların güçlü yönlerini belirlemelerine, gelişim alanlarını tanımalarına ve performanslarını iyileştirmelerine yardımcı olur. Bu da çalışan motivasyonunu artırır ve performansı iyileştirir (Kılıçaslan ve Marşap, 2018).

- Eğitim ve Gelişim: İKY, çalışanların becerilerini ve yetkinliklerini geliştirmek için eğitim ve gelişim programlarının tasarlanması ve uygulanmasıyla ilgilenir. İşletmeler, çalışanların sürekli olarak yeni bilgi ve beceriler edinmelerini sağlayarak rekabetçi avantaj elde ederler. Eğitim ve gelişim programları aynı zamanda çalışanların işlerinde daha tatmin olmalarını sağlar ve işletmenin büyümesini destekler.

- İşletme Stratejisi ile Uyum: İKY, işletme stratejisiyle uyumlu insan kaynakları stratejilerinin oluşturulmasını sağlar. İşletme hedeflerini destekleyen, yetenekleri ve yetkinlikleri geliştiren stratejilerin belirlenmesi, organizasyonun başarılı olması için kritik öneme sahiptir.

- İş Verimliliği ve İşletme Performansı: İKY'nin etkin bir şekilde uygulanması, çalışanların motivasyonunu artırır, örgüte bağlılığını sağlar ve iş verimliliğini artırır. İşletmeler, nitelikli ve motivasyonlu çalışanlara sahip olduklarında çalışanların işlerini daha etkili ve verimli bir şekilde yapmalarını sağlar. İnsan Kaynakları Yönetimi, işletme performansını artırarak rekabet avantajı elde etme potansiyelini destekler.

- İşyeri İlişkileri ve İletişim: İKY, işyeri ilişkilerini ve iletişimini yönetir. İşletmelerde sağlıklı ve etkili bir iletişim ortamının oluşturulması, çalışanlar arasındaki iş birliğini artırır, sorunların çözülmesini kolaylaştırır ve işyerindeki memnuniyeti ve motivasyonu yükseltir.

- Yasal Uyum ve İş Kanunu: İnsan Kaynakları Yönetimi, işletmelerin iş kanunlarına uyumunu sağlar. Çalışma ilişkileri, iş sağlığı ve güvenliği, çalışma saatleri gibi yasal düzenlemelerin takip edilmesi, işletmelerin hukuki sorunlarla karşılaşmasını önler ve itibarlarını korur.

- Çalışan Memnuniyeti ve Bağlılık: İKY, çalışan memnuniyetini ve bağlılığını artırmak için çeşitli politikalar ve

uygulamalar geliştirir. Çalışanların ihtiyaçlarının karşılanması, işletmenin hedeflerine bağlılık duymalarını sağlar ve çalışan devir hızını azaltır.

- **Kriz Yönetimi:** İKY, kriz durumlarında çalışanları destekler ve krizin etkilerini en aza indirmek için stratejiler geliştirir. İşletmelerin krizlerle başa çıkabilmesi ve sürekliliğini sağlayabilmesi için kriz iletişimi, iş sürekliliği planlaması gibi önlemler alır.

Tüm bu nedenlerle, İKY'nin işletmeler için büyük bir önemi vardır. İnsan kaynakları, organizasyonun en değerli varlıklarını temsil eder ve İKY'nin etkili bir şekilde yönetilmesi, işletmelerin başarıya ulaşması için kritik bir faktördür. Sanal işletmelerde İKY etkinlikleri ile örgütsel başarı arasında doğrudan ilişkiler bulunmaktadır (Onar, 2018). İKY etkinlikleri, işletmenin insan kaynaklarına yatırım yapmasını sağlar. Bu yatırım, çalışanların yetkinliklerini artırarak işletmenin performansını artırır.

3.1. İKY Etkinlikleri

İKY etkinlikleri, işletmenin insan kaynaklarına yatırım yapmasını sağlar. Bu yatırım, çalışanların yeteneklerini geliştirmek ve işletme hedefleriyle uyumlu hale getirmek için eğitim ve geliştirme programları sunabilir (Büyüksivri, 2022). Ayrıca, çalışanların motivasyonunu artırmak için ödüllendirme programları ve kariyer geliştirme fırsatları da sunulabilir (Tetteh, 2021).

İKY etkinlikleri şunları içerebilir (Demir vd., 2014):

- **İşe alma:** İşletme, uygun çalışanları işe almaya yönelik etkin bir işe alım süreci oluşturmalıdır. Bu süreç, işletmenin işgücüne uygun kişileri seçmesine yardımcı olur.

- **Eğitim ve Geliştirme:** İşletmeler, çalışanların yeteneklerini geliştirmek ve işletme hedefleriyle uyumlu hale

getirmek için eğitim ve geliştirme programları sunabilirler. Bu programlar, işletmenin verimliliğini ve performansını artırır.

- Performans Yönetimi: Performans yönetimi, çalışanların performanslarını izlemek ve değerlendirmek için kullanılan bir sistemdir. Bu sistem, işletmenin performansını artırır ve çalışanların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olur.

- Ödüllendirme ve Teşvik: İşletmeler, çalışanları motive etmek için ödüllendirme programları sunabilirler. Bu programlar, çalışanların işletmenin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur ve onları teşvik eder.

- Kariyer Geliştirme: Kariyer geliştirme fırsatları, çalışanların kariyerlerini ilerletmelerine yardımcı olur. İşletmeler, çalışanların kariyerlerine yön vermek için mentorluk programları ve eğitim fırsatları sunabilirler.

3.2. Sanal İşletmelerde İKY Etkinlikleri

Sanal işletmeler, geleneksel (konvansiyonel) işletmelere göre farklı İKY etkinliklerine sahiptir (AirMason Team, 2020). Sanal işletmelerde, İKY etkinlikleri genellikle dijital yollarla gerçekleştirilir. İşletmeler, çalışanların verimliliğini artırmak için teknoloji kullanımını da içeren İKY etkinlikleri sunabilirler. Sanal işletmelerde İKY etkinlikleri şunları içerebilir (Turasay, 2022):

- İşe alma: Sanal işletmeler, işe alım süreçlerini dijital yollarla gerçekleştirirler. İşletmeler, online görüşmeler ve testler gibi dijital araçlar kullanarak uygun çalışanları seçerler.

- Eğitim ve Geliştirme: Sanal işletmeler, çalışanların yeteneklerini geliştirmek ve işletme hedefleriyle uyumlu hale getirmek için dijital eğitim ve geliştirme programları sunabilirler. Bu programlar, çalışanların işletmenin ihtiyaçlarına uygun şekilde yeteneklerini geliştirmelerine yardımcı olur.

- Performans Yönetimi: Sanal işletmeler, çalışanların performansını dijital olarak izleyebilir ve değerlendirebilirler. Bu sistem, işletmenin performansını artırır ve çalışanların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olur.

- Ödüllendirme ve Teşvik: Sanal işletmeler, çalışanları motive etmek için dijital ödüllendirme programları sunabilirler. Örneğin, çalışanların başarılarını ölçmek için online anketler kullanılabilir ve başarılı çalışanlara dijital olarak ödüller verilebilir.

- Kariyer Geliştirme: Sanal işletmeler, çalışanların kariyer gelişimlerini desteklemek için dijital mentorluk programları ve eğitim fırsatları sunabilirler. Ayrıca, işletmeler, çalışanların dijital olarak kariyer hedefleri belirlemelerine ve kariyer planları oluşturmalarına yardımcı olabilirler.

Sanal işletmelerde İKY etkinlikleri, geleneksel işletmelere göre daha dinamik ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilir. İşletmeler, dijital araçlar kullanarak çalışanlarının performansını takip edebilir ve hızlı bir şekilde müdahale edebilir. Bu da işletmenin verimliliğini artırır ve başarıya ulaşmasını sağlar.

İnsan kaynakları yönetimi, bir kuruluşun en değerli varlığı olan insan kaynaklarını yönetmek ve geliştirmekle ilgili bir yönetim disiplini. Bu yönetim alanı, çalışanların işe alımı, eğitimi, değerlendirilmesi, işten çıkarılması ve diğer insan kaynaklarıyla ilgili konuları ele alır (Mercin, 2005). İnsan kaynakları yönetimi, bir kuruluşun hedeflerine ulaşmak için çalışanlarının yeteneklerini ve performansını artırmak için çaba gösterir.

İnsan kaynakları yönetimi, bir organizasyonun başarısı için önemlidir çünkü çalışanlar, bir kuruluşun en değerli varlıklarıdır ve doğru şekilde yönetilmezlerse, işletmelerin hedeflerine ulaşmalarında engel olabilirler (Ceylan, 2016). İnsan

kaynakları yönetimi, çalışanların işe uygunluğunu ve yetkinliklerini değerlendirir, uygun eğitim ve geliştirme fırsatları sağlar ve performansı değerlendirir. Böylece çalışanlar, işletmenin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olacak şekilde yönetilirler. İKY, işletmenin insan kaynaklarına yatırım yapmayı amaçlar. Bu yatırım, çalışanların yetkinliklerini artırarak işletmenin performansını artırır (Suner, 2012).

İKY etkinlikleri, işletmenin insan kaynaklarına yatırım yapmasını sağlar. Bu yatırım, çalışanların eğitim, gelişim ve motivasyonu gibi faktörlerle ilgilidir. İşletmeler, çalışanların yeteneklerini geliştirmek ve işletme hedefleriyle uyumlu hale getirmek için eğitim ve geliştirme programları sunabilirler. Ayrıca, çalışanların motivasyonunu artırmak için ödüllendirme programları ve kariyer geliştirme fırsatları da sunulabilir (Setyawati vd., 2022).

İnsan kaynakları yönetimi, çalışanların doğru şekilde yönetilmesini sağlar, işletmenin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur, işveren markasının oluşturulması ve korunması için çaba gösterir (Armstrong, 2006). Başarılı bir insan kaynakları yönetimi stratejisi, bir organizasyonun başarısı için rekabet avantajı sağlayabilir.

3.3. Sanal Banka İşletmelerinde İKY Etkinlikleri ve Örgütsel Başarı

Sanal işletmelerde İKY etkinliklerinin, örgütsel başarıya olumlu katkıda bulunduğu ifade edilebilir. İşletmeler, İKY etkinlikleri aracılığıyla çalışanlarının performansını artırarak, işletmenin hedeflerine ulaşmasını sağlarlar (Özden vd., 2012). Sanal işletmelerde yatay ve daha dinamik örgütsel yapılar olduğu için, iyi yetişmiş, küresel çapta hareket edebilen işgörenleri istihdam etmenin yanında; daha esnek bir çalışma sistemiyle çalışanların motive olması sağlanabilir. İşletmelerin İKY

etkinlikleriyle elde edebilecekleri başarılarla aşağıda yer verilmiştir (Akçakaya, 2010):

- Verimlilik Artışı: İşletmeler, İKY etkinlikleriyle çalışanlarının verimliliğini artırabilirler. Eğitim ve geliştirme programları, çalışanların işlerini daha iyi yapmalarını sağlar ve performans yönetimi sistemi, çalışanların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olur.

- Çalışan Sadakati: İşletmeler, İKY etkinlikleriyle çalışanlarına değer verdiklerini gösterirler. Ödüllendirme ve teşvik programları, çalışanların kendilerini özel hissetmelerini sağlar ve kariyer geliştirme fırsatları, çalışanların işletmelerinde kalmalarını teşvik eder.

- Rekabet Avantajı: İşletmeler, İKY etkinlikleri aracılığıyla rekabet avantajı elde edebilirler. Eğitim ve geliştirme programları, çalışanların yeteneklerini geliştirmelerine yardımcı olur ve işletmenin işlerini daha iyi yapmasına olanak sağlar.

- İşletme Performansı: İKY etkinlikleri, işletmenin performansını artırır. İşletmeler, çalışanların performansını takip ederek hızlı bir şekilde müdahale edebilirler. Bu da işletmenin hedeflerine ulaşmasını sağlar.

Sanal işletmeler, genellikle esnek bir çalışma sistemine ve gücüne sahiptir. İnsan kaynakları yönetimi, bu işgücünün doğru şekilde yönetilmesini sağlar. İşgücü planlaması, yetenekli çalışanların seçimi ve işe alım süreçleri, sanal işletmelerin başarısı için kritik öneme sahiptir. Doğru becerilere ve yeteneklere sahip çalışanların seçilmesi, işletmenin verimliliğini artırır ve başarıya giden yolda önemli bir adımdır. Sanal işletmelerde iletişim ve iş birliği, başarı için hayati öneme sahiptir. İnsan kaynakları yönetimi, iletişim kanallarının ve iş birliği araçlarının etkin bir şekilde kullanılmasını sağlar. Çalışanlar arasındaki etkileşimi teşvik eden dijital platformlar ve

iletişim araçları, işletmenin hızlı ve etkili kararlar almasını sağlar. Ayrıca, iş birliğini artırarak ekip çalışmasını destekler ve projelerin başarılı bir şekilde tamamlanmasına katkı sağlar.

Sanal işletmelerde İKY, çalışanların yeteneklerini geliştirmek ve eğitim imkanları sağlamak için önemli bir rol oynar. Uzaktan eğitim programları, dijital beceri geliştirme kursları ve uzman konuşmacıların yer aldığı sanal eğitim platformları, çalışanların bilgi ve becerilerini güncel tutmalarına ve işletmenin hedeflerine uygun şekilde gelişmelerine yardımcı olur (Ülger, 2021). İnsan kaynakları yönetimi, yetenek yönetimi stratejileriyle çalışanların potansiyellerini keşfeder, onları yönlendirir ve kariyerlerini destekler. Bu, işletmenin rekabet gücünü artırır ve örgütsel başarıya katkı sağlar.

Performans yönetimi süreçlerinin etkin bir şekilde yürütülmesi de yine İKY ile mümkün olabilir. Hedef belirleme, performans değerlendirmesi ve geribildirim süreçleri, çalışanların performanslarını takip etmek ve geliştirmek için kullanılır. Sanal işletmelerde gerçek zamanlı geribildirim mekanizmaları ve performans analitiği araçları kullanılarak çalışanların performansları izlenir ve geliştirme fırsatları tanımlanır (Yege, 2007). Bu, çalışanların motivasyonunu artırır, performanslarını optimize eder ve örgütsel başarıya doğrudan etki eder.

3.4. Sanal ve Geleneksel Bankacılık

Geleneksel bankalar, banka şubelerinde müşterilerine, şubede çalışan personeli ile bankacılık hizmeti veren kurumlardır. Geleneksel banka şubede müşterilerine para çekme-yatırma, kredi verme, hesap açma-kapama, kredi kartı işlemleri gibi bankacılık hizmetleri sunar (Geylan,1985). Dijital bankacılık, müşterilerin banka şubelerine gitmeden, geleneksel bankaların ifa ettiği hizmetlerin akıllı telefon ve diğer akıllı cihazlar aracılığı ile internet ağı üzerinden dijital kanallardan kullanılmasıdır (Firat,2022:3)

Gerek geleneksel bankacılıkta gerekse sanal bankacılıkta güvenlik önemli bir konudur. Her ne kadar yüzyüze işlem yapıldığında da suistmaller olsa da; sanal işlemlerin yapılmasında müşterilerin daha çok tedirgin olmaları olasıdır. Dünyanın her yerinden ağ üzerinden ulaşılabilen internet şubelerinde işlem yapan müşteriler kolaylıkla işlem yapmanın yanında yatırdıkları ya da havale ettikleri paralarının sağlıklı bir şekilde yerine ulaşmasını arzu ederler. Diğer yandan bankalar kendi özel bilgilerini muhafaza etmek için güvenlik konusunda önemli yatırımlar yapmaktadır.

Sanal bankacılık geleneksel bankacılıktan birçok açıdan farklıdır. En önemlisi zaman kaybının internet şubesinde minimize edilmesi, ağ bağlantısının bulunduğu dünyanın her yerinden istediği anda kişinin işlem yapılabilmesi, günümüzde bankacılık işlemlerinin can sıkıcı, zaman alıcı bir husus olmaktan çıkarılıp zevkli hale gelmiş olmasıdır. Geleneksel bankacılıkta müşteri talepleri yüzyüze alınıp çözülmeye çalışılırken; sanal bankacılıkta şikâyet ve talepler ağ üzerinden alınmakta ve cevaplanmaktadır. Diğer yandan istihdam edilen personelin niteliği açısından geleneksel ve sanal bankacılık farklılık arz etmektedir. Geleneksel bankacılıkta işe alınan personelin daha çok banka mevzuatına hâkim, müşteri ilişkileri, bankacılık işlem bilgisi düzeyi yeterli olan personel tercih edilirken; sanal bankacılıkta teknik bilgi düzeyi yeterli, yabancı dili iyi olan, deneyimli, yurt dışı eğitilmiş personelin tercih edildiğini görmek mümkündür. Günümüzde özellikle bankacılık sektöründe yapay zekanın etkili bir şekilde kullanılması sistemi tamamen farklı bir noktaya getirmiştir.

Bugün banka sanal banka şubelerinde kesintisiz 24 saat hizmet verilebilmektedir. Bir banka bu özelliği sayesinde tüm dünyada 24 saat kesintisiz hizmet verme ayrıcalığına sahip olmaktadır. Küresel dünyada küresel bankacılık yapılabilmektedir. Oysa geleneksel bankacılıkla böyle bir

seviyenin kazanılması mümkün değildir. Ticaret ve hizmet anlayışı artık belirli bir mekânsal bağımlılıktan kurtulmuştur. Ağ bağlantısının bulunduğu her nokta işlemlerin yapılabileceği, alım ve satımın gerçekleştirilebileceği bir Pazar olarak günün her saatinde çeşitli işlemler en hızlı bir şekilde yerine getirilebilmektedir. İnternetin açtığı bu sanal ticaret, gelecekte tüm dünyada artarak devam edecek, her türlü hizmet üreten ve ticaret yapan girişimcilerin sanal işletmecilik ile ilgilenecekleri beklenmektedir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İşletmelerin insan kaynakları yönetimi, günümüz iş dünyasında giderek daha önemli hale gelmektedir. İnsan kaynakları yönetimi, işletmelerin en değerli varlıkları olan çalışanların yönetilmesi için bir sistem dahilinde hareket eder. İşletmeler, çalışanlarının performansını artırmak, motivasyonlarını yükseltmek, kariyer gelişimlerine destek olmak ve işletmenin rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olmak için İKY etkinliklerinin önemini farkındalar.

Banka işletmeleri, İKY etkinliklerini başarılı bir şekilde yönetmek için dijital araçlar ve teknolojik yenilikler kullanarak İKY etkinliklerini daha verimli hale getirebilirler. İKY etkinliklerinin başarılı bir şekilde yönetilmemesi, işletmenin başarısını olumsuz etkileyebilir. İKY etkinliklerinin başarılı bir şekilde yönetilmesi, banka işletmelerinin yöneticileri tarafından sürekli takip edilmelidir. Sanal olsun olmasın İKY etkinlikleri işletmenin başarısını belirleyen önemli bir faktördür ve başarılı bir İKY stratejisi, rekabetin yoğun olduğu bir sektör olan bankacılıkta, işletmenin sürdürülebilirliği ve büyümesi için kritik öneme sahiptir.

Çakmak (2016) çalışmasında sanal işletmelerin diğerlerine karşın çeşitli avantajlara sahip olduğunu; bunlar

arasında daha düşük işletme maliyetleri, dünya çapındaki müşterilere erişim, esnek çalışma saatleri ve işletmelerin fiziksel bir konumdan bağımsız olarak faaliyet gösterme yeteneği yer aldığını ve sanal işletmelerin aynı zamanda daha sürdürülebilir bir işletme modeli sunduğunu ileri sürerek azalan fiziksel varlıklar ve enerji tüketimiyle sağlanan tasarrufun önemli avantajlar sağladığını işaret etmektedir. Aynı çalışmada Çakmak (2016), sanal işletmelerin bazı dezavantajlara da sahip olduğunu ifade ederek bunlar arasında, fiziksel bir mağazanın sağlayabileceği dokunsal deneyim ve müşteriye yüz yüze hizmet sunma imkânının bulunmamasını sıralamıştır. Ayrıca, sanal işletmelerin işletme modelleri genellikle daha teknik ve dijital beceriler gerektirebilir, bu nedenle işletme sahipleri ve çalışanları için yeni bir öğrenme eğrisi olabilir. Sanal işletmeler, özellikle pandemi döneminde artan çevrimiçi talepten dolayı hızla büyüyen bir sektördür. Bununla birlikte, fiziksel mağazaların çeşitli avantajları hala mevcut olduğu için, her tür işletmenin ihtiyaçlarına göre bir denge sağlamak önemlidir. Sanal işletmelerin iş dünyasındaki yerinin gelecekte daha da büyüyeceği beklenmektedir. Dolayısıyla geleneksel işletmelerin dijital dünyaya ayak uydurmak ve sanal işletmelerle rekabet etmek için her konuda olduğu gibi İKY’de de uygun dijitalleşme stratejileri özellikle bankacılık sektörü için önem arz edecektir. Bu anlamda fiziksel işletmelerde olduğu gibi sanal işletmelerin de çalışanların motivasyonunu artırmak, performanslarını yönetmek, kariyer gelişimlerine destek olmak ve rekabet avantajı elde etmek için İKY etkinliklerini kullanmaları önem arz eder. İKY etkinlikleri, işletmelerin verimliliğini artırır, çalışan sadakatini teşvik eder, rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur ve işletme performansını artırır. İşletmelerin insan kaynakları yönetimi, sanal işletmelerde de oldukça önemli ve sanal olmayan işletmelere nazaran bazı zorluklar ve kolaylıklar barındırır.

Kılıçaslan ve Marşap (2018) çalışması, insan kaynakları yönetimi uygulamalarının sadece örgütsel başarıya değil, aynı zamanda müşteri memnuniyetine de olumlu etkilerinin olduğunu ortaya koymuştur. Müşteri memnuniyeti, sanal banka işletmeleri için kritik bir faktördür ve iyi yönetilen insan kaynakları, müşterilere daha iyi hizmet sunmada önemli bir rol oynamaktadır. Sanal banka işletmelerinin başarısı için etkili insan kaynakları yönetiminin önemini vurgulamıştır. İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi, bu işletmelerin rekabetçi bir avantaj elde etmelerine yardımcı olabilir. Diğer yandan Erdilek'in (2011) çalışmasında; sanal banka işletmelerinde insan kaynakları yönetiminin örgütsel başarı üzerindeki olumlu etkilerini doğrulamış ve bu alandaki araştırmaların önemini vurgulamıştır. Soysal (2005), çalışmasında internet bankacılığının müşterilere zaman kazandırdığını, işlem konforu elde ettiklerini; bankaların küreselleşme sürecine katkı sunduğunu ve maliyetleri düşürmenin yanında hatalı işlemleri minimize ettiğini belirtmiştir.

Bu çalışma, sanal banka işletmelerinde insan kaynakları yönetimi ve örgütsel başarı konusunu incelemeyi amaçlamıştır. İnsan kaynakları yönetimi, modern iş dünyasında kritik bir rol oynamaktadır ve bu çalışma, bu alanın sanal banka işletmeleri için önemini vurgulamıştır. Çalışmada, literatür taraması yapılarak konuyla ilgili teorik bir çerçeve çizilmiştir. İnsan kaynakları yönetiminin stratejik planlama, işe alım, eğitim ve geliştirme, performans değerlendirmesi gibi alanlarda etkin bir şekilde uygulanması, çalışanların motivasyonunu artırarak işletmenin performansını yükseltmektedir. Ayrıca, insan kaynakları yönetimi uygulamalarının işletme içi iletişimi geliştirdiği ve çalışanlar arasındaki iş birliğini teşvik ettiği bilinmektedir.

Sonuç olarak İnsan kaynakları yönetimi, sanal banka işletmelerinin sürdürülebilir büyüme ve rekabetçi üstünlük elde etmelerine katkıda bulunabilir ve bu nedenle işletme yöneticileri için stratejik bir odak noktası olarak görülmelidir. İKY etkinlikleri, sanal banka işletmelerinin verimliliğini de artırır, çalışan sadakatini teşvik eder, rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur ve işletme performansını artırır. İKY sanal işletmelerde, işletmelerin başarısını belirleyen önemli bir faktördür ve başarılı bir İKY stratejisi, sanal işletmelerin sürdürülebilirliği ve büyümesi için de kritik öneme sahiptir. Banka İşletmelerinin İKY etkinliklerini yönetmek için kullanabilecekleri çeşitli dijital araçlar ve teknolojik yenilikler vardır. Bunlar çevrimiçi eğitim platformları, işletme içi sosyal ağlar, mobil uygulamalar ve sanal gerçeklik gibi araçlar kullanarak İKY etkinliklerini daha verimli hale getirebilirler. Bu araçlar, çalışanların daha fazla etkileşim kurmalarına, eğitimlerini daha verimli hale getirmelerine ve işletmelerin İKY etkinliklerini daha kolay bir şekilde yönetmelerine yardımcı olabilir. Sanal banka işletmelerinin de İKY stratejilerini ve etkinliklerini sürekli olarak takip etmeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AirMason Team. 2020, Nisan 27. "7 Reasons Your Online Business Should Use HR Software". Geliş tarihi 27 Nisan 2023, gönderen <https://blog.airmason.com/7-reasons-your-online-business-should-use-hr-software/>
- Akçakaya, M. 2010. "Örgütlerde uygulanan personel güçlendirme yöntemleri: Türk kamu yönetiminde personel güçlendirme". Karadeniz Araştırmaları, (25), 145-174.
- Armstrong, M. 2006. "A handbook of human resource management practice". Kogan Page Publishers.

- Arslan, M. L. 2012. "İnsan Kaynakları Gereksinime Süreç Yaklaşımı: Stratejik İnsan Kaynakları Planlaması-A Process Approach To Human Resource Needs: Strategic Human Resource Planning". Journal, 10(37), 89-101.
- Büyüksivri, B. 2022. "Kobi Ölçeğindeki Şirketlerin Sürdürülebilirliği İçin İky Süreçlerine Uygun Olgunlaşma Modeli". Geliş tarihi gönderen chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://acikerisim.sakarya.edu.tr/bitstream/handle/20.500.12619/98494/T10226.pdf?sequence=1
- Ceylan, H. 2016. "Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Çalışanların Verimliliği Üzerindeki Etkisi: İspark A.Ş. Örneği". Journal, (44), 11-43.
- Çakmak, Z. 2016. "Sanal Organizasyonların Yönetim Fonksiyonları Açısından Geleneksel Organizasyonlardan Farklılıkları". Journal, 2(2), 35-58.
- Çavdar, H., Çavdar, M. 2010. "İşletmelerde İşgören Bulma Ve Seçme Aşamaları". Journal, 6(1), 79-93.
- Demir, R., Dogan, A., Demirbas, T. 2014. "ISO 500 Listesindeki İşletmelerin İnternet Sitelerinin İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları Açısından İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmes/Human Resources Management Applications İn Terms Of Content Analysis". İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, (76), 185.
- Erdilek Karabay, M. (2011). Türk Bankacılık Sektöründe Bilgi Yönetimi Uygulamalarının Stratejik Yönetim Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 2 (4), 17-28. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/marufacd/issue/506/4591>

- Fırat, G., 2022. Geleneksel Bankacılık ve Dijital Bankacılığın Geleceği Hakkında; Sektör Çalışanlarının Ve Banka Müşterilerinin Beklentilerinin İncelenmesi ve Elde Edilen Verilerin Analizi, Altınbaş Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Geylan, R., 1985. Ticari Banka Yönetimi ve Türk Ticari Bankalarının Temel Yönetim Sorunları, Eskişehir:Anadolu Üniversitesi Yayınları
- İleri, H., Sezgin, M. 2014. "Müşteri İlişkileri Yönetiminde Bilgi Tekno Jileri Kullanımının Önemi". Journal, 7(1-2), 193-204.
- Kılıçaslan, Ö., Marşap, A. 2018. "Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi". Journal, 1(2), 5-23.
- Mercin, L. 2005. "İnsan Kaynakları Yönetiminin Eğitim Kurumları Açısından Gerekliliği Ve Geliştirme Etkinliği". Journal, 4(14), 128-144.
- Nalçinkaya, Ö. 2022. "Dijital İnsan Kaynaklarında Kurumsal İletişim Yöntemleri". Geliş tarihi gönderen www.efekademi.com
- Onar, A. 2018. "Sanal Organizasyonlarda Elektronik Ticaret Stratejileri Ve Uygulamaları".
- Özden, A., Hayat, E., Çolak, E. 2012. "İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarıyla Örgütsel Performans Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma". Journal, 2(2), 85-114.
- Özel, S. 2018. "İşletmelerde Teknoloji Yönetimi ve Yetkinlik Bazlı Değerlendirme". Journal, 16(31), 409-425.

- Setyawati, N., PG, D., Rianto, M. 2022. "Career Development, Motivation and Promotion on Employee Performance". East Asian Journal of Multidisciplinary Research, 1, 1957-1970.
- Soysal; H., 2002. "Sanal İşletmelerde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Bir Anket Çalışması". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı. 14, 455-474.
- Suner, S. G. 2012. "Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Önemi Ve Literatür Açısından Değerlendirilmesi". www.iibdergisi. com, 3(05), 232.
- Tetteh, V. A. 2021. "Management of Human Resources.". İçinde Salem Press Encyclopedia. Great Neck Publishing.
- Turasay, K. 2022. "İnsan Kaynakları Uygulamalarının Dijitalleşmesi Ve İş Sonuçlarına Etkisi".
- Ülger, K. (2021). Uzaktan Eğitim Modelinde Karşılaşılan Sorunlar-Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri. Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi, 7 (1), 393-412. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intjces/issue/64208/869328>
- Yege, P. (2007), Hedef ve Yetkinlik Bazlı Performans Değerlendirme Sistemi ve Bir Örnek Olay Çalışması, İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Yılmaz, H. 2004. "İşletme Yönetiminde Sanal Takım Modeli Ve İşletmelere Sağladığı Yararlar". Journal, (1), 0.

ZOMBİ FİRMALAR: NEDENLERİ VE EKONOMİK ETKİLERİ

İlhan ÇAM¹

Muhammet KOCAMAN²

1. GİRİŞ

Küresel ekonominin sürekli gelişen ortamında, sürdürülebilir kalkınma önemli bir zorluk olarak ortaya çıkmıştır. Bu, çevresel yönetim, sosyal eşitlik ve belki de en önemlisi istikrarlı ekonomik büyümeyi kapsayan çok yönlü bir hedeftir (Soederbaum vd., 2008). Bu arayışın temelinde, sadece kalıcı değil, aynı zamanda gelecekteki krizlerin tohumlarını ekmeden bunu yapan ekonomik büyümeye yönelik kritik bir ihtiyaç yatmaktadır. Genellikle sürdürülebilir ekonomik büyüme olarak adlandırılan bu kalıcı büyüme, şimdiki zamanın refahı ile gelecek nesillerin refahı arasında hassas bir denge kurmaya çalıştığı için iş ve finans dünyasında bir köşe taşıdır (Enders ve Remig, 2014; Ziolo vd., 2017).

Geleneksel tanımına göre, sürdürülebilir ekonomik büyüme, şirketlerin veya ulusal ekonomilerin gelecek nesillerin refahını tehlikeye atmadan, önemli ekonomik zorlukları tetiklemeden gerçekleştirebilecekleri makul ve sürdürülebilir bir hızda genişlemeyi ifade eder (Ziolo vd., 2017). Bu tür bir büyümenin sağlanması, bir ülkenin ekonomik ufkunu genişletme kapasitesinin güçlendirilmesine bağlıdır ve bu da öncelikle uzun

¹ Dr. Öğr.Üyesi, Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, ıcam@gtu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3076-0639.

² Arş.Gör., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, mkocaman@gtu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3377-1269.

vadeli dönüştürücü potansiyele sahip finansal yatırımlara bağlıdır (Castaño vd., 2016). İşte bu noktada yaşayabilir, yüksek üretkenliğe sahip firmalar çok önemli bir rol oynamaktadır.

Ekonomi teorisi bu düşüncüyü desteklemekte, daha az üretken kuruluşların ekonomi sahnesinden çekilmesinin ve daha dinamik ve üretken muadillerinin gelmesinin tüm ekonomi genelinde üretkenlikte yaygın artışlar sağlayabileceğini öne sürmektedir (Foster vd., 2001). Ancak sürdürülebilir büyümeye giden bu yol, 'zombi firmaların' varlığı gibi bir engelle gölgelenmektedir.

Mali yükümlülüklerini yerine getirememeleri ve dışarıdan yaşam desteğine bağımlı olmaları ile karakterize edilen zombi firmalar, sürdürülebilir ekonomik büyümenin temelini oluşturan üretkenlik ve yenilikçilik ilkelerine meydan okumaktadır. Bu firmaların varlığını sürdürmesi, yerleşik ekonomik teoriler ve tarihten alınan derslerle çalışmaktadır (Schumpeter, 1961). Yaşayabilir işletmeler rekabetle gelişirken, verimsiz ve rekabetçi olmayan firmaların bir arada bulunması, büyüme ve yeniliği teşvik eden dinamik güçleri engellemektedir (Ziolo vd., 2017).

Bununla birlikte, zombi firmaların etkileri kendi bilançolarının sınırlarının ötesine uzanmaktadır. Diğer piyasa katılımcılarının üzerine gölge düşürerek riskleri ve belirsizlikleri müşteriler ve tedarikçiler gibi şüphelenmeyen paydaşlara aktarabilmektedirler (Caballero vd., 2008; Tsai ve Luan, 2016; De Martis ve Fidrmuc, 2017). Bu yayılma etkisi, ekonomik ekosistemin hassas dokusunu bozarak yalnızca gelişen işletmelerin beklentilerini değil, aynı zamanda sürdürülebilir ekonomik büyüme için daha geniş bir arayışı da engellemektedir.

Zombi firmalar üzerine yapılan bu kapsamlı çalışmanın amacı, modern ekonomilerdeki bu mali açıdan zayıf kuruluşların varlığını ve davranışlarını çözmektir. Bu çalışma, zombi firmaların kökenlerini araştırarak, ölçüm yöntemlerini

belirleyerek ve çok yönlü etkilerini inceleyerek, ekonomik temeller ve istikrar için oluşturdıkları kritik zorluklara ışık tutmayı amaçlamaktadır.

Çalışma ayrıca birçok yönden önem arz etmektedir. Zombi firmaların doğuşunu ve devamlılığını anlamak, ekonomik dayanıklılığı güçlendirmek için çok önemlidir. Politika yapıcılar, bu firmaları devam ettiren faktörleri anlayarak, ekonomik sağlamlığı artıracak stratejiler oluşturabilir ve daha sağlıklı bir iş ortamı sağlayabilir. Buna ek olarak, zombi firmalar özellikle bankacılık sektöründe finansal istikrarı önemli ölçüde etkileyebilir. Krediler, faizler ve genel finansal sağlık üzerindeki etkilerinin araştırılması, finansal sistemi potansiyel aksaklıklara karşı güçlendirecek önlemlerin geliştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Çalışma, devlet sübvansiyonları ile zombi firmaların varlığı arasındaki ilişkiyi tartışarak, bilinçli politikaların oluşturulmasına yardımcı olmaktadır. Bu çalışma hükümet müdahalelerinin etkinliğini değerlendirmek ve ekonomik sürdürülebilirliği teşvik etmeyi amaçlayan politika kararlarına rehberlik etmek için bir temel sağlayacaktır. Ek olarak zombi firmaların istihdam seviyeleri üzerindeki etkisinin tartışılmasıyla işgücü piyasası dinamiklerinin anlaşılması istenmiştir. Sonuç olarak, bu çalışma, karmaşık iş dünyasında zombi şirketlerin anlaşılmasına önemli bir katkı sağlamaktadır.

2. ZOMBİ FİRMALAR VE ZOMBİ FİRMA KAVRAMININ DOĞUŞU

Farklı yazarlar ve araştırmacılar yıllar boyunca zombi firmaların çeşitli tanımlarını ve özelliklerini ortaya koymuşlardır. İfadelerde ve vurgularda bazı farklılıklar olsa da, ortak tema zombi firmaların önemli finansal zorluklarla faaliyet göstermeye devam eden, yaşayabilir olmayan işletmeler olduğudur. Örneğin, Liang (2017) zombi firmaları, faiz ödemelerini yapmak için

yeterli gelir elde etmekte sürekli güçlük çeken firmalar olarak tanımlanmaktadır. Bu firmalar, verimsiz, yüksek borçlu ve çok düşük üretkenliğe sahip olma özellikleriyle karakterize edilmektedir. Zoller-Rydzek ve Keller (2020) zombi firmaları iflas etmiş veya sıkıntılı durumda olan ve diğer firmalar ve finansal kuruluşlar tarafından sağlanan finansal destek ile hayatta kalmaya çalışan firmalar olarak tanımlanmaktadır. Hoshi (2006) ve Caballero ve diğerleri (2008)'ne göre zombi firmalar, borç seviyelerine göre son derece düşük faiz ödemeleri yapan ve kredi kuruluşlarından mali yardım alma olasılığı yüksek olan firmalardır. Bu firmaların iyileşme umudu çok az olabilir ancak genellikle bankalardan aldıkları destek sayesinde iflastan kaçınabilirler. Kane (1987) "zombi" terimini kurumsal cesetler gibi davranan, finansal piyasalarda bozulmaya neden olurken finansal desteğe güvenen tasarruf ve kredi kurumlarına atıfta bulunarak kullanmaktadır. Imai (2016)'nin tanımı ise zombi firmaların yüksek oranda borçlu ve hatta bazı durumlarda iflasın eşiğinde olduğunu vurgulamaktadır ve bu firmalar bankalardan mali yardım almadan faaliyet gösteremezler.

Özetle zombi firmalar, sürekli mali zorluklarla karşı karşıya olmalarına ve genellikle yüksek düzeyde borca sahip olmalarına rağmen, mali destek, düşük faiz oranları veya diğer dış faktörlerin yardımıyla faaliyetlerine devam eden ve iflastan kaçınan firmalardır. Bu firmalar, faiz ödemelerini karşılamak için yeterli gelir elde edememeleri ve bazı durumlarda inovasyon veya büyümeye yatırım yapamamaları ile tanınırlar. Zombi firmalar genellikle yaşayamaz olarak kabul edilir ve daha üretken ve sağlıklı firmalar tarafından daha iyi kullanılabilecek kaynakları bağladıkları için ekonomi üzerinde bir yük oluştururlar.

Öte yanda zombi firmalar kavramı akademik ve ekonomik literatürde 1980'lerin sonu ve 1990'larda, özellikle Japonya'nın ekonomik zorlukları bağlamında önem kazanmıştır (Hoshi ve Kashyap, 2004; Caballero vd., 2008; Madyan vd., 2019).

Genellikle "Kayıp On Yıl" olarak anılan 1990'ların Japon makroekonomik durgunluğu, zombi firmaların ortaya çıkışı için önemli bir tarihsel bağlam olarak kabul edilir (Parry ve Zhao, 2021). Bu dönemde Japonya bir bankacılık krizi ve ekonomik durgunluk yaşamıştır. Japonya'daki bankalar, zayıf ve kârsız firmaları destekleyerek iflas etmelerini önledikleri için eleştirilmiştir (Li vd., 2021). Bu zor durumdaki firmalar "zombi firmalar" olarak anılmaya başlanmış, çünkü normal bir rekabet ortamında faaliyetlerini durdurması gereken ancak finansal destek yoluyla hayatta tutulan "ölümsüz" işletmeler olarak görülmüştür. Zombi firmaların varlığı, kaynakların daha üretken sektörlere aktarılmasını engellediği için Japonya'nın ekonomik toparlanmasına engel olarak görülmüştür. Japon hükümeti ve finans kuruluşları, gerekli yapısal reformlardan kaçınmak ve bu yaşayamaz firmaların varlığını sürdürmesine olanak sağlamakla suçlanmıştır (Yu vd., 2021).

2000'lerden itibaren, diğer ülkelerde de benzer durumlar gözlemlenmiştir. Özellikle finansal krizler sonrası düşük faiz oranları ve likidite politikaları, zombi firmaların artısını teşvik etmektedir (Hoshi, 2006; Caballero vd., 2008). 2010'larda, ekonomistler ve araştırmacılar, zombi firmaların ekonomik büyümeyi sınırlayabileceğine dair endişeleri dile getirmiştir. Bu dönemde zombi firmaların rekabetçilik ve inovasyon eksikliği konuları daha fazla gündeme gelmiştir.

O zamandan bu yana, zombi firmalar kavramı çeşitli ülkelerde ve ekonomik bağlamlarda incelenmiştir ve ekonomik istikrar ve verimlilik tartışmalarında geçerliliğini korumaktadır. Günümüzde, zombi firmaların ekonomik dengesizliklere, verimlilik kayıplarına ve inovasyon eksikliğine nasıl katkıda bulunduğu üzerine daha fazla çalışma ve analiz yapılmaktadır. Ekonomik literatürde, zombi firmaların etkilerini anlamaya yönelik teorik ve ampirik çalışmalar artmaktadır. Zombi

firmaların tespit edilmesi ve ele alınması, sağlıklı ve dinamik bir ekonominin teşvik edilmesi açısından çok önemlidir.

3. ZOMBİ FİRMALARIN TESPİTİ VE ÖLÇÜLMESİ

Zombi şirketler genellikle akademik araştırmalarda çeşitli finansal ve operasyonel göstergeler kullanılarak tanımlanmakta ve ölçülmektedir. Zombi firmaların doğru tespiti ve ölçümü, politika yapıcıların, yatırımcıların ve araştırmacıların ekonomik sonuçları anlamaları ve uygun stratejiler geliştirmeleri açısından kritik önem taşımaktadır. Bu bölümde, zombi firmaları tespit etmek ve ölçmek için akademide kullanılan metodolojiler ve göstergeler incelenmektedir.

Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) zombi şirketi, 10 yıldan uzun süredir faaliyet gösteren ve faiz karşılama oranı (faiz, vergi amortisman öncesi kar (FAVÖK)/net faiz gideri) art arda üç yıl boyunca 1,0'ın altında olan firmalar olarak tanımlamaktadır (Andrews vd., 2021).

Grieder ve Ortega (2020) ise zombi firmaları, yaşlı firma olması ve bu yaşlı firmaların faiz ödemelerini yapmak için gelir elde edememesi durumuyla ortaya çıktığını iddia etmektedir. Yaş şartının dahil edilmesi, halka açık daha genç firmaların yalnızca karlılık ölçütlerine dayalı olarak zombi olarak sınıflandırılması riskini azaltmayı amaçlamaktadır. Bu önlem, muhtemelen büyüme sürecinde olan firmaları hesaba katmak için alınmıştır (McGowan vd., 2018). Yazarlar ayrıca, Banerjee ve Hoffman'da (2018) sunulan bakış açısıyla uyumlu olarak, bir firma için gelecekte de düşük karlılığın devam edeceği beklentisini içeren ekstra bir kriter kullanılmaktadır. Bu kriter, bir firmanın borsa değerinin defter değerine bölündüğünde sektör medyanının altında kalmasıyla karşılanmaktadır. Bu durumun dikkate alınmasıyla, bir firmanın uzun bir süre boyunca kârsız olması

ancak gelecekte kârlılığa dönmesinin beklenmesi durumunda zombi olarak yanlış sınıflandırılmasını önlemeye yardımcı olacağı düşünülmektedir (Grieder ve Ortega, 2020)

Acharya ve diğerleri (2018) ile Schivardi ve diğerleri (2018) yapmış oldukları çalışmalarda zombi firmaları borç seviyeleri göz önüne alındıklarında son derece düşük faiz ödemeleri yapan ve kreditorlerden muhtemelen mali yardım alan firmalar olarak tespit etmişlerdir. Bu yöntem literatürde CHK kriteri olarak bilinmekte ve Caballero ve diğerleri (2005) tarafından önerilmektedir. Nurmi ve diğerleri (2022) bu ölçüm yönteminin, iflas korkusu nedeniyle sermaye standartlarının altına düşme riski taşıyan borçlulara kredi vermeye devam eden zayıf bankaları vurgulamak için kullanıldığını savunmaktadır. Finlandiya'daki örneklem grupları için zombilere sübvansiyonlu kredi sağlandığına dair bir kanıt bulunmadığını ve bu nedenle çalışmalarında bu yöntemi kullanmayacaklarını belirtmektedirler. Bunun yerine çalışmalarında Adalet McGowan ve diğerlerini (2018) takip ederek zayıf performansın yaygın olarak kullanılan bir göstergesi olan art arda üç yıl boyunca sürekli olarak düşük faiz karşılama oranı ($FAVÖK / (faiz + finansal giderler) < 1$) ve yeni kurulan firmaları elemek için 10 yıllık bir yaş eşiği yöntemini kullanmışlardır. Ki bu yöntem yukarıda belirtilen OECD'nin zombi şirketleri belirlemek için kullandıkları yöntemle çok benzerlik göstermektedir. Ayrıca bu yöntem zombi firmaları hayatta tutabilecek sübvansiyonlu kredi dışındaki kanalları da kapsamaktadır (Adalet McGowan vd., 2018). Belullo ve diğerleri (2017)'da aynı yöntemi potansiyel zombi firmaların tespitinde kullanmışlardır. Fakat yazarlar ek olarak, zombi firmaları kalıcı finansal zorluklarla karşılaşan firmalar olarak tanımlanmaktadır. Spesifik olarak, bir firma kısa vadeli yükümlülüklerinin %70'ini FAVÖK ile karşılayamıyorsa potansiyel bir zombi olarak kabul edilir. Bir firmanın zombi olarak nitelendirilebilmesi için, bu finansal mücadelenin

FAVÖK'ün kısa vadeli borç tarafından belirlenen eşiğin altında 3 yıl üst üste kalmaya devam etmesi gerekmektedir. Çalışma aynı zamanda daha katı bir tanımı da test ederek bir firmanın tüm örneklem dönemi boyunca finansal zorluklar yaşaması halinde zombi olarak değerlendirmektedir. Fukuda ve Nakamura (2011), sınıflandırma hatalarını önlemek için zombilerin kritik özellikleri olan iflas ve borç ertelemeyi tam olarak yakalayacağı düşünülen "karlılık kriteri" ve "sürekli kredi verme kriteri" olmak üzere iki ek kriter daha getirmiştir. Guo ve diğerleri (2022), bu ek kriterleri geliştirerek çalışmalarında zombi firmaları belirlemek için iki göstergesi "ardışık kârsızlık" ve "artan yüksek borç/varlık oranı"nı kullanmaktadırlar. Bu iki tanımlama göstergesi, zombi firmaların tipik olarak sürekli zarar ettiklerini ve önemli miktarda borç taşıdıklarını, ancak ek krediler almayı başardıklarını göstermektedir. Bir firma, borç/varlık oranında sürekli bir artışla birlikte art arda yıllar boyunca kârsızlık yaşamışsa zombi olarak nitelendirilir. Bu oran, toplam borcun toplam varlıklara bölünmesiyle hesaplanır. Net kârın doğru hesaplanması için, devlet sübvansiyonlarının ödenecek gelir vergisi ile birlikte doğrudan toplam kârdan düşüldüğünü belirtmek önemlidir.

Altman ve diğerleri (2021) çalışmalarında zombi firmaları iki ana kriter kullanarak tanımlamaktadır. Standard & Poor's (2011) tarafından hazırlanan özel bir rapora göre, 2005 ve 2007 yılları arasında CCC olarak derecelendirilen bir grup şirket içinde, birbirini takip eden yıllarda faiz ve vergi öncesi kar (FVÖK) faiz karşılama oranının medyan değeri 0,4 ve FAVÖK faiz karşılama oranının medyan değeri ise 1,1 altında olan firmalar zombi firma olarak sınıflandırılmışlardır. İkinci ana kriter ise yaygın olarak bilinen temerrüt/iflas tahmin modellerini, yani Z-skor modellerini kullanmaktadırlar. Bu modellerin, temerrüt eşiğinde olan mali açıdan sorunlu yani zombi firmaları kesin olarak belirlemede etkili olacağı düşünülmektedir.

Huang ve diğerleri (2021), zombi firmaları sürekli zarar eden ancak piyasada kalmaya devam eden firmalar olarak tanımlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmalarında zombi firmaları belirlemek için üç adım oluşturmuşlardır. İlk olarak devlet ve kredi sübvansiyonları net kar'dan arındırılarak real net kar değeri elde edilmiştir. İkinci adımda her bir firma için, bir firmanın ortalama reel karının kesinlikle negatif olduğu dönemler seçilmiştir. Son adımda ise 3 yıl boyunca sürekli zarar etme durumu olan firmaları "zombi" olarak sınıflandırmaktadırlar.

Görüldüğü üzere, literatürde araştırmacılar tarafından farklı sektörler ve ülkeler için farklı zombi tanımlama kriterleri belirlenmiştir. Bu değişkenlik, bölgeler ve sektörler arasındaki farklı finansal, ekonomik ve düzenleyici ortamlardan kaynaklanmaktadır. Araştırmacılar, kriterlerini belirli bağlamlara uyacak ve çeşitli ortamlardaki zombi firmalarla ilişkili farklı özellikleri ve zorlukları doğru bir şekilde yakalayacak şekilde uyarlamaktadır.

4. ZOMBİ FİRMALARIN EKONOMİK DİNAMİKLERİ

4.1.Zombi Firmalar, Banka Kredileri, Faiz ve Finansal Kriz İlişkisi

Belirli bir gelişmenin ve özellikle büyük bir ekonomik olayın, sağlıklı firmaları zombiye dönüştürebileceği görülmüştür. Buna ilişkin ilk kanıtlar, Japon ekonomistlerin öncülüğünde 2000'li yılların başında Japonya'nın ekonomik durgunluğuyla ilgili konuları inceleyen çalışmalarla ortaya çıkmıştır (örneğin, Ahearne ve Shinada 2005; Caballero vd. 2008; Kwon vd. 2015). Daha sonra, çeşitli ülkelerden araştırmacılar 2008 Küresel Finansal Krizi (KFK)'nin zombi firmaların yükselişi üzerindeki etkisini araştırmıştır (örneğin, Broz ve Ridzak 2017; Banerjee ve Hofmann 2018; Carreira vd., 2021). Halihazırda çok sayıda

akademik araştırma, COVID-19 salgınının tetiklediği ekonomik kriz nedeniyle zombi firmalarda bir artış riskinin altını çizmektedir (örneğin, Zoller-Rydzek ve Keller 2020; Dursun-de Neef ve Schandlbauer, 2021).

Finansal krizler, ekonomik durgunluklar ve dalgalanmalar sırasında sıklıkla ortaya çıkar. Bu dönemlerde faiz oranları yüksek olabilir, piyasa koşulları sertleşebilir ve firmaların borçları geri ödemeleri zorlaşabilir. Bu durumda, zombi firmaların sayısı artabilir çünkü borçlarını ödemekte zorlanan bu şirketler kredi alarak faaliyetlerine devam etmeye çalışabilirler (Blažková ve Chmelíková, 2022). Nitekim Adalet McGowan ve diğerleri (2018), Küresel Finansal Kriz (KFK)'in ardından gelişmiş ekonomilerdeki finansal olmayan firmalar içindeki bu firmaların oranında kayda değer bir artış olduğunu göstermiştir.

Finansal krizler sırasında hükümetler ve finansal kurumlar, ekonomiyi desteklemek ve iflasları önlemek için genellikle önlem paketleri sunarlar. Ancak, bu paketler zombi firmaları da destekleyebilir. Öyle ki Peek ve Rosengren (2005) Japonya'da kredi tahsisini incelemiş ve krizler sırasında ve sonrasında finansal sıkıntı yaşayan firmaların ek banka sermayesi alma olasılığının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Kredilerin ve teşviklerin zombi firmalara sağlanması, sağlıklı firmaların ayakta kalmasını ve ekonomik iyileşme sürecini engelleyebilir. Bunun sonucunda, sağlıklı ve rekabetçi firmaların büyüme fırsatları azalır ve kaynakların etkin dağıtımı engellenir.

Bankalar zombi firmaların varlığında ve devamlılığında önemli bir rol oynamaktadır. Finansal krizler sırasında ve sonrasında, firmalar finansal sıkıntıya girdiğinde ve borçlarını geri ödemekte zorlandığında, bankalar bu zor durumdaki firmaları yeniden yapılandırmaya veya piyasadan çıkmaya zorlamak yerine onlara ek sermaye sağlamayı veya kredileri yenilemeyi tercih edebilirler. Kredi koşullarında veya sermaye

temininde gösterilen bu müsamaha, mali sıkıntı içindeki bu firmaların ayakta kalmasına yardımcı olduğu için bir tür teşvik olarak görülebilir (Peek ve Rosengren, 2005). Ancak bu destek, verimsiz veya yaşayamaz durumdaki bu firmaların piyasadan çıkarak daha üretken olanlara yer açtığı yaratıcı yıkım sürecini istemeden de olsa engelleyebilir.

Öte yandan Merkez bankaları tarafından belirlenen faiz oranları hem firmaların hem de bankaların davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Düşük faiz oranları, özellikle ekonomik gerileme dönemlerinde veya finansal krizlerde, ekonomik büyümeyi ve toparlanmayı teşvik etmek amacıyla borçlanmayı ve yatırımı teşvik etmek için sıklıkla uygulanır. Ancak bu düşük faiz oranları istemeden de olsa zombi firmalara fayda sağlayabilir, zira zor durumdaki şirketlerin krediye erişimi kolaylaşır ve mali iflaslarına rağmen faaliyetlerine devam etmeleri sağlanır (Caballero vd., 2008). Sonuç olarak, düşük faiz oranları zombi firmaların kalıcılığına ve büyümesine katkıda bulunabilir.

Adalet McGowan ve diğerleri (2018), zombi firmaların artışının kısmen ekonomik döngülere atfedilip atfedilemeyeceğini araştırmak için 2003-2013 yıllarını kapsayan kriz yıllarına ait verileri kullanmıştır. Zombi firmaların yaygınlığını artıran şokların firma performansını olumsuz etkileyebileceğini iddia etmektedirler. Ancak, kriz sonrasında zombi firmalarda devam eden büyümeye rağmen, bu döngüsel etkiler birincil neden olarak tanımlanmamıştır (Adalet McGowan vd., 2018). Caballero ve diğerleri (2008) ekonomik krizin etkisini analiz etmiş ve faiz oranlarının düşük olduğu dönemlerde, özellikle finansal krizden sonra, karlılığı az olan firmaların oranının arttığını ve bunun da zombi firmalarda bir artışa katkıda bulunduğunu tespit etmiştir. 2007-2009 yılları arasında yaşanan önemli finansal kriz, bankaların mali sağlığında bir düşüşe yol açmış, bu da şirketlerin sermayeye erişiminde bir bozulmaya

neden olmuştur. Farklı ülkeler ve para birlikleri bu zorlukların üstesinden gelmek için çeşitli yaklaşımlar benimsemiştir (Goodhart, 2008). Genel olarak merkez bankaları, şirket yatırımlarını teşvik etmek ve ekonomik toparlanmaya yardımcı olmak için düşük faiz oranlarını sürdürmeyi amaçlamıştır. Öyle ki, Avrupa Merkez Bankası KFK sonrası Outright Monetary Transactions Program'ını yürürlüğe sokarak sermayesi zayıf bankaların yeniden sermayelendirmesine olanak sağlamış ve böylece sermaye kaynaklarının düşük faiz oranlarıyla firmalara aktarılmasına neden olmuştur (Blažková ve Chmelíková, 2022). Fakat bu durum yüksek düzeyde mali borç yükü altında olan düşük verimli ve muhtemelen yaşayamaz durumdaki firmaların oranının artmasına potansiyel olarak katkıda bulunmuştur. Avrupa'nın aksine, Çek Merkez Bankası nispeten daha yüksek faiz oranlarını korumaya çalışmış, bu da daha pahalı borçlanmaya, krediye erişimin kısıtlanmasına ve ekonomik büyümenin engellenmesine yol açmıştır. Bu yaklaşım ise zombi firmaların ortaya çıkmasında caydırıcı bir rol oynamıştır (Blažková ve Chmelíková, 2022). Aynı zamanda, hükümetler mali politikalar yoluyla kamu harcamalarını artırmaya odaklanmış ve bu da birçok ülkenin aşırı kamu borcuyla boğuşmasına neden olmuştur (Spilimbergo vd., 2009).

Genellikle hükümetlerin ve finans kuruluşlarının öncülük ettiği finansal krizler sırasında ekonomileri kurtarma çabaları, istemeden de olsa zombi firmaları destekleyebilir. Zor durumdaki firmalara kredi ve teşvik sağlamak gibi önlemler, istemeden de olsa daha sağlıklı ve rekabetçi işletmelerin hayatta kalmasını engelleyebilir ve kaynakların etkin dağılımını sekteye uğratabilir. Sağlam firmaların büyüme fırsatlarının engellenmemesini sağlamak için sermaye ve destek tahsisinin dikkatle yönetilmesi gerekir (Peek ve Rosengren, 2005).

Özetle, zombi firmalar ile bankacılık sektörü arasındaki ilişki, özellikle teşvikler ve faiz oranları açısından, karmaşıktır ve

ekonomik dinamiklerle yakından bağlantılıdır. Zor durumdaki firmalara ek sermaye sağlanması ya da kredi koşullarının hafifletilmesi gibi banka teşvikleri, bir ekonomide zombi firmaların yaygınlığının sürdürülmesinde ya da azaltılmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu teşvikler, zor durumdaki şirketlere yardım etmek için tasarlanmış olsalar da, yaşayabilir olmayan firmaları ayakta tutabilir ve gerekli yaratıcı yıkım sürecini engelleyebilirler. Aynı zamanda, para politikasının temel araçlarından biri olan faiz oranları da ekonomik davranış üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ekonomik büyümeyi canlandırmak için genellikle finansal krizler sırasında uygulanan düşük faiz oranları, istemeden de olsa zor durumdaki kuruluşları destekleyerek zombi firmaların varlığını sürdürmesine katkıda bulunabilir. Finansal krizler, bankalar tarafından kolaylaştırılan düşük faiz ortamı ve zombi firmaların çoğalması arasındaki bu karmaşık etkileşimi anlamak çok önemlidir. Politika yapıcılar, bir yandan ekonomik toparlanmayı istikrara kavuşturmak için etkili stratejiler geliştirirken, diğer yandan da canlı olmayan firmaların ekonominin geneli üzerinde yarattığı yükü hafifletmelidir. Bu hassas dengenin sağlanması, dirençli ve verimli bir ekonomik ortamın sürdürülebilmesi için hayati önem taşımaktadır.

4.2.Zombi Firmalar ve Devlet Sübvansiyonları İlişkisi

Devlet sübvansiyonları, devlet tarafından şirketlere belirli bir amaç doğrultusunda sağlanan hibe anlamına gelmektedir (Zhou vd., 2019). Devletin piyasaya müdahale ettiği en yaygın ve doğrudan yöntemlerden biri olarak görülür.

Hükümetler genellikle yenilikçi şirketlere veya hükümet politikalarıyla uyumlu sektörlerde faaliyet gösterenlere önemli sübvansiyonlar vermektedir. Bu sübvansiyonlar teknolojik gelişmeleri teşvik etmeye, endüstriyel büyümeyi desteklemeye, istikrarlı bölgesel GSYİH ve vergi geliri artışı sağlamaya, istihdam oranlarını artırmaya ve talebi canlandırmaya hizmet

etmektedir (Liu vd., 2019). Ayrıca hükümetler, faaliyetlerini desteklemek, borç yüklerini azaltmak veya teknolojik iyileştirmelere yatırım yapmak için zor durumdaki firmalara da sübvansiyonlar veya hibeler sağlar ve bunun yanı sıra üzerindeki mali baskıyı hafifletmek için vergi indirimleri veya teşvikler sunarak bu firmaların borç geri ödemelerine veya temel faaliyetlere daha fazla kaynak ayırmalarına katkıda bulunurlar. Nitekim Liu ve diğerleri (2019) devlet sübvansiyonlarının temel amacının zombi firmaların yeniden canlanmasına yardımcı olmak olduğunu ileri sürmektedir. Sübvansiyonların sağlanması, yaygın iflasları önlemeyi, istihdamı korumayı ve ekonomik istikrarı sürdürmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, işletme iflaslarındaki artıştan kaynaklanabilecek potansiyel sistemik riskleri azaltmaya hizmet eder (Caballero vd., 2008).

Devlet sübvansiyonlarının zombi firmalar üzerindeki etkileri çeşitli şekillerde gözlemlenebilir. Bu sübvansiyonlar bu tür şirketlerin operasyonel kabiliyetlerini destekleyerek ticari faaliyetlerine devam etmelerine, çalışanlarını ellerinde tutmalarına ve faaliyetlerini sürdürmelerine olanak tanıyabilir (Banerjee ve Duflo, 2005). Ayrıca, gelir yaratma ve karlılık gibi iş performansı ölçütlerini olumlu yönde etkileyerek mali sıkıntılarla boğuşan şirketlere can simidi olabilirler (Giannetti ve Simonov, 2009).

Ayrıca, sübvansiyonlar bu şirketlerdeki yatırım kararlarını etkileyebilir ve potansiyel olarak fonları araştırma ve geliştirme, teknolojinin modernizasyonu veya yeniden yapılandırma girişimleri gibi kritik alanlara yönlendirebilir (Chen & Chen, 2018). Ayrıca finansman stratejilerini de etkileyerek zombi firmaların ek krediye erişimini veya borç yapılandırma müzakerelerini mümkün kılabilir, böylece borç yüklerini hafifletebilir ve mali durumlarını iyileştirebilirler (Xu, 2011). Ayrıca sübvansiyonlar, operasyonel verimlilik iyileştirmelerini destekleyerek veya üretim kapasitelerini genişleterek kapasite

kullanımını artırabilir ve nihayetinde bu firmaların finansal sağlığa geçişine yardımcı olabilir (Ferrando ve Mulier, 2013).

Öte yandan zombi firmalar, daha sağlıklı ve büyüyen işletmelerde daha verimli bir şekilde kullanılabilecek kaynakları bağladıkları için ekonomi için benzersiz bir zorluk teşkil etmektedir. Öyle ki hükümetler, ekonomiyi canlandırma arayışlarında genellikle maliye politikaları yoluyla kamu harcamalarını artırma yoluna gitmektedir. Ancak bu taktik bazen ülkeleri aşırı kamu borcuyla boğuşmaya sürükleyerek benzersiz bir dizi zorluğu da beraberinde getirmektedir (Spilimbergo vd., 2009).

Özetle, devlet sübvansiyonları zombi firmaların desteklenmesinde çok yönlü bir rol oynamaktadır. Anlık finansal baskıları hafifletirken, bu zor durumdaki kuruluşları yeniden canlandırmaya ve potansiyel olarak onları sürdürülebilir büyüme ve piyasada yaşayabilirliğe doğru yönlendirmeye çalışırlar. Bununla birlikte, sübvansiyonlara aşırı bağımlılığı önlemek ve dirençli, rekabetçi bir ekonomik ortamın geliştirilmesini teşvik etmek için bir denge kurmak zorunludur.

4.3.Zombi Firmalar ve İstihdam İlişkisi

Zombi firmaların modern ekonomilerdeki yaygınlığı, yalnızca verimlilik açısından değil, istihdam dinamikleri açısından da karmaşık yansımaları sahiptir. Zombi firmalar ve istihdam arasındaki bağlantının anlaşılması, bu verimsiz işletmelerin sürekliliğinin işgücü piyasalarını ve genel işgücünü nasıl etkilediğine ışık tutmaktadır (Caballero vd., 2008; McGowan vd., 2018).

Düşük verimlilikleri ve yaşayabilirlik sorunları ile karakterize edilen zombi firmalar, istihdam artışını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu firmalar, verimsizlikleri ve kısıtlı kaynakları nedeniyle, istihdam yaratılmasına önemli ölçüde katkıda bulunamamakta ve genellikle işgücü istifçiliğine başvurarak,

gerçek üretken kapasitelerine göre fazla çalışanı ellerinde tutmaktadır (Hoshi, 2006). Sonuç olarak, işgücü de dahil olmak üzere kaynaklar verimsiz girişimlere bağlandığından, bu durum daha geniş ekonomide istihdam artışını baskılar.

Dahası, zombi firmaların uzun süre hayatta kalması işgücü piyasası dinamizmini engeller. Bu firmalar, başta işgücü olmak üzere kaynakların verimli bir şekilde tahsis edilmesini engelleyerek, yeteneklerin daha üretken ve yenilikçi girişimlere serbestçe akmasını engeller. Bu verimsizlik işsizlik oranlarını arttırmakta ve işgücünü daha yüksek büyüme potansiyeline sahip sektörlerden ve şirketlerden uzak tutarak genel ekonomik kalkınmayı kısıtlamaktadır (Gouveia ve Osterhold, 2018).

Ekonomik gerileme dönemlerinde veya olumsuz şoklar sırasında, zombi firmalar işgücü piyasasının kırılganlığına katkıda bulunur. Genellikle mali destek veya koruyucu önlemlerle yapay olarak ayakta tutulan bu zor durumdaki işletmeler, işgücünün önemli bir bölümünü ellerinde tutmaktadır (Hoshi, 2006). Ancak bu firmalar tarafından sağlanan istihdam güvencesiz ve istikrarsızdır ve etkilenen işçiler için iş güvencesizliğine neden olmaktadır. Bu güvencesiz istihdam durumu, işgücünün daha uygun ve güvenli fırsatlara geçişini engellediği için ekonomik iyileşme ve büyümenin önünde bir engeldir.

Ayrıca, zombi firmaların varlığını sürdürmesi işgücü piyasasının genel dayanıklılığını da engellemektedir. Mali destek veya diğer koruyucu önlemlerle sürdürülen, yetenek ve kaynakların verimsiz firmalara yanlış tahsisi, işgücünün daha yüksek büyüme potansiyeline sahip sektörlerle verimli bir şekilde yeniden tahsis edilmesini engellemektedir (McGowan vd., 2018). Bu durum, işgücü piyasasının değişen ekonomik koşullara uyum sağlama ve yanıt verme kabiliyetini kısıtlayarak hızlı bir

toparlanmayı engellemekte ve sürdürülebilir istihdam artışı potansiyelini sınırlamaktadır.

Zombi firmaların hayatta kalması, iş kalitesini ve ücret artışını da olumsuz etkilemektedir. Bu zor durumdaki işletmeler genellikle mali kısıtlamalarla karşılaşmakta, bu da çalışanların eğitimi, beceri geliştirme ve işyeri iyileştirmelerine sınırlı yatırım yapılmasına yol açmaktadır (Andrews ve Saia, 2017). Sonuç olarak, bu firmalardaki işlerin kalitesi yetersiz eğitim ve beceri kullanımı ile yetersiz olma eğilimindedir, bu da iş memnuniyetinin azalmasına ve çalışan verimliliğinin düşmesine katkıda bulunur (Ahearne ve Shinada, 2005). Dahası, zombi firmaların kalıcı varlığı ücret artışı üzerinde aşağı yönlü baskı oluşturmaktadır. Bu işletmelerdeki verimsizlikler daha düşük karlılığa yol açarak rekabetçi ücretler sunma kabiliyetlerini kısıtlamaktadır. Sonuç olarak, bu firmalardaki işçiler genellikle durgun veya azalan ücretlerle karşı karşıya kalmakta, bu da gelir eşitsizliğini daha da kötüleştirmekte ve ekonomideki genel tüketici talebini azaltmaktadır.

Sonuç olarak, zombi firmalar ile istihdam arasındaki ilişki karmaşık ve çok yönlü olup, yalnızca istihdam yaratma ve işgücü piyasasının esnekliğini değil, aynı zamanda işlerin kalitesini ve ücret artışını da etkilemektedir. Zombi firmaların yarattığı zorlukların ele alınması, daha sağlıklı ve daha kapsayıcı bir işgücü piyasasını teşvik etmek için işgücünün daha verimli bir şekilde tahsis edilmesini kolaylaştıran, iş kalitesini artıran ve üretken işletmelerin büyümesini teşvik eden stratejiler gerektirmektedir.

5. SONUÇ VE TAVSİYELER

Bu çalışma, zombi firmaların karmaşık dünyasını araştırmayı amaçlayarak, bu tür firmaların doğuşunu ve tespitini incelemiştir. Zombi firmalar, ekonomik ortamdaki çok yönlü

ilişkilerin bir sonucu olarak ortaya çıkabilir ve bu nedenle bu ilişkilerin detaylı bir şekilde incelenmesi önemlidir. Araştırma, zombi firmalar ile banka kredileri, faiz, finansal krizler, devlet sübvansiyonları ve istihdam gibi önemli ekonomik faktörler arasındaki ilişkilerin derinlemesine incelenmesini kapsamaktadır. Çalışmadan elde edilen içgörülere dayanarak politika yapıcılara, finans kuruluşlarına ve araştırmacılara aşağıdaki öneriler sunulmuştur.

İlk olarak düzenleyici kurumların zombi firmalara ilişkin düzenlemeleri sürekli olarak izlemesi ve değişen ekonomik koşullarla uyumlu hale getirmesi zorunludur. Erken tespit ve müdahale mekanizmalarının hayata geçirilmesi, bu firmalarla ilişkili potansiyel risklerin azaltılmasında çok önemli olacaktır. Çünkü ekonomik koşulların sürekli değiştiği bir dünyada, bu tür firmaların faaliyetleri ve etkileri de değişebilir. Bu nedenle, düzenleyici kurumların bu firmaların faaliyetlerini yakından izlemesi ve gerektiğinde yeni düzenlemeler getirmesi, finansal sistemin istikrarını korumak için hayati bir öneme sahiptir.

Ayrıca devlet destekleri ve müdahaleleri, zombi firmalar, mali yardımlar ve verimlilik arasındaki incelikli ilişkilerin iyi anlaşılmasıyla tasarlanmalıdır. Hedeflenen destek, kalıcı mali zorluklarla karşı karşıya olan firmaları yeniden canlandırmayı ve rehabilite etmeyi amaçlamalıdır. Ancak, devlet müdahaleleri ve mali yardımların kötüye kullanılma riski de vardır. Bu nedenle, destek programlarının şeffaf, hesap verilebilir ve denetlenebilir bir şekilde tasarlanması önemlidir. Ayrıca, zombi firmaların faaliyetlerini düzenli olarak gözlemlemek ve destek programlarının etkilerini değerlendirmek, politika yapıcılarının bu ilişkileri daha iyi anlamalarına yardımcı olabilir. Sonuç olarak, devlet müdahaleleri ve mali yardımlar, zombi firmaların rehabilitasyonunu amaçlayan stratejik bir araç olabilir, ancak bu araçların tasarımı ve uygulanması, ekonomik verimliliği artırmaya yönelik net hedeflerle yapılmalıdır. Bu, hem zombi

firmaların hem de genel ekonomik istikrarın korunmasına katkı sağlayabilir.

Öte yandan politika yapıcılar, zombi firmaların varlığında bile ekonominin sağlam kalmasını sağlayarak ekonomik dayanıklılığı destekleyen stratejilere odaklanmalıdır. Bu, inovasyonun teşvik edilmesini, girişimciliğin desteklenmesini ve elverişli bir iş ortamının geliştirilmesini içerebilir. Ayrıca düzenlemelerin sadeleştirilmesi, iş yapma maliyetlerinin düşürülmesi ve işletme dostu politikaların uygulanması, yeni işletmelerin ve mevcut işletmelerin büyümesini teşvik edebilir. Bu stratejiler, ekonomik dayanıklılığı artırarak zombi firmaların olumsuz etkilerini en aza indirebilir ve ekonominin sağlam kalmasını sağlayabilir. Politika yapıcıları, bu stratejilere odaklanarak daha güçlü ve dirençli bir ekonomi inşa etme yolunda önemli adımlar atabilirler. Buna ek olarak araştırma ve geliştirme yatırımlarının teşvik edilmesi, işgücünün becerilerinin artırılması ve teknolojik ilerlemelerin desteklenmesi sürdürülebilir uzun vadeli verimliliğe katkıda bulunabilir ve zombi firmaların genel ekonomik verimlilik üzerindeki etkisini potansiyel olarak hafifletebilir. Politika yapıcıları, bu alanlara yatırım yaparak hem ekonomik büyümeyi teşvik edebilirler hem de ekonomiyi zombi firmaların olumsuz etkilerine karşı daha dayanıklı hale getirebilirler.

Sonuç olarak, zombi firmaların karmaşıklığı ve ekonomik etkileri göz önünde bulundurularak, bu sorunun üstesinden gelmek ve daha istikrarlı, dayanıklı ve üretken bir iş ortamı oluşturmak büyük bir önem taşımaktadır. Bu sürecin başarılması için iş birliğine dayalı çabalar ve bilinçli karar alma süreçleri geliştirilmelidir. Zombi firmaların yarattığı zorlukları ele almak için politika yapıcılar, iş dünyası liderleri ve düzenleyici kurumlar arasında bir iş birliği gereklidir. Bu iş birliği, zombi firmaların tanımlanması, erken tespiti ve uygun önlemlerin alınması için çok önemlidir. Ayrıca, finansal istikrarı korumak ve ekonomiyi

sürdürülebilir bir şekilde büyütmek için ortak bir vizyonun paylaşılması gerekmektedir. Bilinçli karar alma süreçleri, zombi firmaların etkilerini azaltmak için tasarlanmış politika ve stratejilerin geliştirilmesinde önemli bir rol oynar. Bu süreçler, veri analizi, risk değerlendirmesi ve etkili politika uygulamalarını içerir. Bu sayede, ekonomide daha sağlıklı bir temel oluşturulabilir. Sonuç olarak, zombi firmaların ekonomik ortam üzerindeki etkilerini anlamak ve bu sorunu ele almak, ekonomik istikrarı korumak ve sürdürülebilir bir büyümeyi teşvik etmek için hayati önem taşır. İş birliği ve bilinçli karar alma, bu hedeflere ulaşmak için gereken adımları atmada kritik rol oynar ve daha sağlıklı bir ekonomik gelecek sağlama potansiyeline sahiptir.

KAYNAKÇA

- Acharya, V. V., Eisert, T., Eufinger, C., & Hirsch, C. (2019). Whatever it takes: The real effects of unconventional monetary policy. *The Review of Financial Studies*, 32(9), 3366-3411.
- Adalet McGowan, M., Andrews, D., & Millot, V. (2018). The walking dead? Zombie firms and productivity performance in OECD countries. *Economic Policy*, 33(96), 685-736.
- Ahearne, A. G., & Shinada, N. (2005). Zombie firms and economic stagnation in Japan. *International economics and economic policy*, 2, 363-381.
- Altman, E. I., Dai, R., & Wang, W. (2021). Global zombies. *Available at SSRN 3970332*.
- Andrews, D. and F. Petroulakis (2017), "Breaking the Shackles: Zombie Firms, Weak Banks and Depressed Restructuring

in Europe”, *OECD Economics Department Working Papers*, No. 1433

Andrews, D., Hambur, J., & Bahar, E. (2021). The COVID-19 shock and productivity-enhancing reallocation in Australia: Real-time evidence from Single Touch Payroll.

Andrews, D., & Saia, A. (2017). Coping with creative destruction: Reducing the costs of firm exit.

Banerjee, A. V., & Duflo, E. (2005). Growth theory through the lens of development economics. *Handbook of economic growth*, 1, 473-552.

Banerjee, R., & Hofmann, B. (2018). The rise of zombie firms: causes and consequences. *BIS Quarterly Review September*.

Belullo, A., Broz, T., & Ridzak, T. (2017). Are zombies productive or not?. *Submitted for publication*.

Blažková, I., & Chmelíková, G. (2022). Zombie Firms during and after Crisis. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(7), 301.

Broz, T., & Ridzak, T. (2017). Lending activity and credit supply in Croatia during the crisis. *Journal of Policy Modeling*, 39(6), 1102-1116.

Caballero, R. J., & Hammour, M. L. (1998). Jobless growth: appropriability, factor substitution, and unemployment. In *Carnegie-Rochester conference series on public policy* (Vol. 48, pp. 51-94). North-Holland.

Caballero, R. J., & Hammour, M. (2000). Creative destruction and development: Institutions, crises, and restructuring.

Caballero, R. J., Hoshi, T., & Kashyap, A. K. (2008). Zombie lending and depressed restructuring in Japan. *American economic review*, 98(5), 1943-1977.

- Carreira, C., Teixeira, P., & Nieto-Carrillo, E. (2022). Recovery and exit of zombie firms in Portugal. *Small Business Economics*, 59(2), 491-519.
- Castaño, M. S., Méndez, M. T., & Galindo, M. Á. (2016). The effect of public policies on entrepreneurial activity and economic growth. *Journal of Business Research*, 69(11), 5280-5285.
- De Martiis, A., & Fidrmuc, J. (2017). Regional Quality and Impaired Firms: Evidence from Italy.
- Dursun-de Neef, H. Ö., & Schandlbauer, A. (2021). COVID-19 and lending responses of European banks. *Journal of Banking & Finance*, 133, 106236.
- Enders, J. C., & Remig, M. (Eds.). (2014). *Theories of sustainable development*. Routledge
- Ferrando, A., & Mulier, K. (2013). Do firms use the trade credit channel to manage growth?. *Journal of Banking & Finance*, 37(8), 3035-3046.
- Foster, L., Haltiwanger, J. C., & Krizan, C. J. (2001). Aggregate productivity growth: lessons from microeconomic evidence. In *New developments in productivity analysis* (pp. 303-372). University of Chicago Press.
- Fukuda, S. I., & Nakamura, J. I. (2011). Why did 'zombie' firms recover in Japan?. *The world economy*, 34(7), 1124-1137.
- Giannetti, M., & Simonov, A. (2009). Social interactions and entrepreneurial activity. *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(3), 665-709.
- Grieder, T., & Ortega, J. (2020). *A financial stability analysis of zombie firms in Canada* (No. 2020-3). Bank of Canada.
- Goodhart, C. A. (2008). The regulatory response to the financial crisis. *Journal of Financial Stability*, 4(4), 351-358.

- Gouveia, A. F., & Osterhold, C. (2018). Fear the walking dead: zombie firms, spillovers and exit barriers.
- Guo, X., Ye, J., Su, W., Luo, D., & Jin, X. (2022). Do zombie firms crowd out healthy firms and slow their growth? Evidence from China. *Development Policy Review*, 40(6), e12623.
- Hoshi, T., & Kashyap, A. K. (2004). Japan's financial crisis and economic stagnation. *Journal of Economic perspectives*, 18(1), 3-26.
- Hoshi, T. (2006). Economics of the living dead. *The Japanese Economic Review*, 57(1), 30-49.
- Huang, S., Xie, W., & Xu, X. (2021). Industrial policy, productivity and zombie firms. *Productivity and Zombie Firms* (April 6, 2021).
- Kane, E. J. (1987). Dangers of capital forbearance: The case of the FSLIC and “zombie” S&Ls. *Contemporary Economic Policy*, 5(1), 77-83.
- Kwon, H. U., Narita, F., & Narita, M. (2015). Resource reallocation and zombie lending in Japan in the 1990s. *Review of Economic Dynamics*, 18(4), 709-732.
- Li, J., Hu, J., & Yang, L. (2021). Can trade facilitation prevent the formation of zombie firms? Evidence from the China Railway Express. *China & World Economy*, 29(1), 130-151.
- Liu, G., Zhang, X., Zhang, W., & Wang, D. (2019). The impact of government subsidies on the capacity utilization of zombie firms. *Economic Modelling*, 83, 51-64.

- Liang, J. (2017). Can “Zombie Enterprises” Find Self-Help Road through Technological Innovation?. *Chinese Studies*, 6(3), 173-180.
- Imai, K. (2016). A panel study of zombie SMEs in Japan: Identification, borrowing and investment behavior. *Journal of the Japanese and International Economies*, 39, 91-107.
- Madyan, M., Sasikirono, N., & Maulidya, P. (2019). Zombie Company and CSR Performance with Corporate Governance and Ownership as Moderator Variables. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(3), 249-261.
- Nurmi, S., Vanhala, J., & Virén, M. (2022). Are zombies for real? Evidence from zombie dynamics. *International Journal of Industrial Organization*, 85, 102888.
- Parry, R., & Zhao, J. (2021). Zombie companies in China: policies of creative destruction and their implementation. *Corp. & Bus. LJ*, 2, 371.
- Peek, J., & Rosengren, E. S. (2005). Unnatural selection: Perverse incentives and the misallocation of credit in Japan. *American Economic Review*, 95(4), 1144-1166.
- Schivardi, F., Sette, E., & Tabellini, G. (2018). IEF.
- Schumpeter, J. A., & Redvers, O. P. I. E. (1961). *The Theory of Economic Development... Translated by Redvers Opie*. Oxford University Press.
- Soederbaum, P. (2008). *Understanding Sustainability Economics*. London, UK: Earthscan. ISBN 978-1-84407-627-7.

- Spilimbergo, A., Symansky, S., Blanchard, O. J., & Cottarelli, C. (2009). Fiscal policy for the crisis. *Available at SSRN 1339442*.
- Tsai, H. F., & Luan, C. J. (2016). What makes firms embrace risks? A risk-taking capability perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(3), 219-231.
- Yu, M., Guo, Y. M., Wang, D., & Gao, X. (2021). How do zombie firms affect debt financing costs of others: From spillover effects views. *Pacific-Basin Finance Journal*, 65, 101471.
- Zhou, J., Xian, G. M., & Ming, X. N. (2018). The identification and warning of zombie enterprises: Evidence from Chinese listed companies. *Journal of Finance and Economics*, 44(4), 130-42.
- Ziolo, M., Fidanoski, F., Simeonovski, K., Filipovski, V., & Jovanovska, K. (2017). Sustainable finance role in creating conditions for sustainable economic growth and development. *Sustainable Economic Development: Green Economy and Green Growth*, 187-211.
- Zoller-Rydzek, B., & Keller, F. (2020). COVID-19: Guaranteed loans and zombie firms. *CESifo Economic Studies*, 66(4), 322-364.

EKONOMİK BÜYÜME GÖSTERGESİ OLARAK SANAYİ ÜRETİM ENDEKSİNİN ELEKTRİK TÜKETİMİ ÜZERİNDEKİ ASİMETRİK ETKİSİ¹

Gizem UYANIK TAŞ²

Ömer Uğur BULUT³

1. GİRİŞ

Enerji, tarih boyunca ülkelerin en çok ihtiyaç duyduğu kaynaklardan biri olmuştur. Ekonomik gelişmenin başlangıcında birçok ekonominin odak noktasında tarımsal faaliyetler yer almaktadır. Sanayileşme sürecinin başlamasıyla birlikte enerjinin arkasındaki lokomotif ve itici ortaya çıkmıştır. Üretimde ve yaşam standardında artış, sanayileşme süreci ile yakından ilişkilidir (Ceylan & Öztürk, 2003, s. 2530). Bu sürece eşlik eden kentleşme evresine geçişle birlikte enerjiye olan talep patlamıştır. Geçtiğimiz 20. yüzyıl gibi, 21. yüzyıl da enerji ve enerji talebi ile ilgili olgular hala geçerliliğini korumaktadır. Nüfus arttıkça enerji tüketimi de artacaktır. Bu nedenle enerji sorununu incelemek önemlidir (Aydın, 2016, s. 422).

Türkiye, enerji ihtiyacının yaklaşık üçte ikisini ithal etmek zorunda olduğu için enerjide büyük ölçüde ithalata bağımlıdır. Bu nedenle yeterli ve güvenli bir enerji arzı, Türk enerji politikasının en önemli önceliğidir. Bu doğrultuda, Türkiye gibi ekonomik

¹ Bu kitap bölümü Doç. Dr. Ömer Uğur BULUT'un danışmanlığında hazırlanan "Kriz Öncü Göstergesi Olarak Spekülatif Baskı ve Sanayi Üretim Endeksinin Elektrik Tüketimi Üzerindeki Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Yüksek Lisans Mezunu, Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, gizemuyanik96@gmail.com, ORCID: 0009-0003-6339-1942.

³ Doçent, Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, bulut.o.u@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6511-8187.

krizlerin sık yaşandığı ülkelerde, kriz dönemlerinde ülkenin enerji ihtiyacının dikkatle değerlendirilmesi gerekmektedir ve bunun için planlar devreye sokulmalıdır (Akkaya & Kantar, 2018, s. 583). Türkiye son otuz yılda üç ekonomik kriz yaşamıştır. Bu krizlerin ilki 1994'te, ardından 2000 ve 2001'de diğerleri meydana gelmiştir. Kriz dönemlerinde Türkiye'nin enerji tüketiminin dalgalandığı ve azaldığı görülmektedir. Ekonomik krizlerin ardından ise, enerji tüketimi bu krizlerden öncekine benzerlik gösteren bir yol izlemektedir (Aydın, 2016, s. 429). Bu noktada, spekülasyon baskı endeksi gibi öncü göstergelerin seyrini takip etmek politika yapıcıları açısından önemlidir.

Spekülasyon baskı endeksi, döviz piyasasındaki belirsizlik ve dalgalanmanın derecesini ölçmeye yönelik bir araçtır. Bu endeks, döviz kuru volatilitesi, döviz piyasasındaki likidite durumu, spekülasyon faaliyetlerin yoğunluğu gibi faktörleri dikkate alarak finansal baskıyı değerlendirir (Kaminsky, Lizondo & Reinhart, 1998, s. 42). Finansal baskının artması, döviz kurunda büyük dalgalanmaların ve belirsizliğin yaşandığı bir ortamı gösterebilir (Çepni, 2014, s. 172). Bu endeks, finansal piyasalardaki spekülasyon aktiviteyi ve belirsizliği ölçmek amacıyla kullanılan bir göstergedir ve genellikle belirli finansal verilerin bir kombinasyonundan elde edilir. Bu finansal veriler, nominal döviz kuru, faiz oranları ve uluslararası rezervlerdir (Çepni, 2014, ss. 171-172). Spekülasyon baskı endeksi nominal döviz kuru ile faiz oranlarındaki değişimlerin toplamından uluslararası rezervlerdeki değişimlerin çıkarılması ile elde edilmektedir (Krkoska, 2001, s. 48).

Bu çalışmada, araştırmanın tahmin gücünü de arttırmak amacıyla ekonomik kriz göstergesi olarak spekülasyon baskı endeksi kullanılarak ekonomik büyüme ve enerji tüketimi hususundaki literatüre katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Bu endekse kavramsal açıdan bakıldığında, Kaminsky vd., (1998, s. 42) spekülasyon baskı endeksini ekonomik ve finansal krizleri

önceden tahmin etmeye yönelik bir gösterge olarak kullanmıştır. Bu noktada, yalnızca ekonomik büyüme ve enerji tüketimi açısından yapılan çalışmaların dışında enerji tüketimini ekonomik kriz açısından ampirik olarak değerlendirerek konuya farklı bir bakış açısından bakmak amaçlamaktadır. Ek olarak, ampirik analizde ekonomik büyüme göstergesi olarak sanayi üretim endeksinin kullanılması, çalışmanın literatüre olan diğer katkısına işaret etmektedir. Bu göstergenin kullanılmasının altında yatan temel görüş kavramsal açıdan Kaldor (1957) çalışmasıdır. İktisat literatüründe farklı nedenlere rağmen hâkim olan görüş, ekonomik büyümenin motor gücünü sanayi sektöründen aldığı yönündedir. Kaldor (1957, ss. 593-594), II. Dünya Savaşı sonrasında İngiltere'de yaşanan ekonomik durgunluğun nedenlerini analiz ettiği çalışmasında, sanayileşmenin ekonomik büyümenin motoru olduğu tezini savunmaktadır.

Bir sonraki bölümden de anlaşılacağı üzere, ekonomik büyüme ve enerji kullanımına ilişkin literatürde, net bir kanıya varılamamıştır. Ekonomik büyüme ve enerji kullanımı doğru orantılı olsa da bunu destekleyecek farklı argümanlar sunulamamıştır. Bu noktada, çalışmamızda ekonomik büyüme göstergesi olarak sanayi üretim endeksinin kullanılmasının ve ekonomik büyüme ile elektrik tüketimine yönelik ampirik analize ekonomik kriz göstergesi olarak spekülâtif baskı endeksinin eklenmesinin ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, mevcut literatürün aksine, çalışmamızda büyüme ve elektrik tüketimi arasındaki etkileşim doğrusal olmayan modeller aracılığıyla asimetrik açıdan ele alınmaktadır.

Bu çalışmada söze edilen konu, amaç ve içerik doğrultusunda bazı sorulara cevap aramak amaçlanmaktadır. Bu araştırma sorularının temelinde ekonomik büyüme göstergesi olarak sanayi üretim endeksindeki değişimlerin elektrik tüketimi üzerindeki asimetrik etkisini analiz etmek vardır. Başka bir

deyişle, ekonomik büyümedeki pozitif ve negatif değişimlerin etkinliğinin nasıl farklılaştığının tespit edilmesi hedeflenmektedir.

- Elektrik tüketimi, sanayi üretim endeksi ve spekülâtif baskı endeksi uzun dönemde birlikte hareket etmekte midir?
- Sanayi üretim endeksindeki pozitif ve negatif değişimlerin elektrik tüketimi üzerindeki etkisi uzun ve kısa dönemde nasıldır?
- Spekülâtif baskı endeksindeki pozitif ve negatif değişimlerin elektrik tüketimi üzerindeki etkisi uzun ve kısa dönemde nasıldır?

Çalışmanın devam eden bölümünde öncelikle kavramsal çerçeveye yer verildikten sonra ampirik analize geçilmektedir. Son olarak elde edilen bulgular değerlendirilmekte ve politika önerileri sunulmaktadır.

2. ENERJİ KULLANIMI VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Enerji ve ekonomik büyüme arasındaki bağlantı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Bir görüşe göre enerji, ekonomik büyüme için verimli bir faktördür. Bu teoriye göre, emek ve sermaye gibi üretim faktörlerinin verimli olabilmesi için enerjiye ihtiyaç vardır. Enerji tüketimi, ekonomik büyümenin en önemli faktörlerinden biri olarak kabul edilir. Diğer bir görüş ise enerjinin ekonomik büyüme sürecinden bağımsız olduğunu savunur (Kraft & Kraft, 1978, s. 402). Klasik ve neo-klasik iktisatçılar, doğal kaynaklar olmadan da ekonomik ilerlemenin mümkün olduğunu ve sürdürülebileceğini ifade etmişlerdir. Enerjiyi bir üretim faktörü olarak kabul etmemişlerdir ve üretimin temel girdileri olarak emek, sermaye, toprak ve hammaddeleri

görmüşlerdir. Neo-klasik iktisatçılara göre enerji, dolaylı bir katkı olarak kabul edilir ve ekonomi kapalı bir sistem olarak ele alınır (Osman, Gachino & Hoque, 2016, s. 324). Ekonomik ilerleme ise sermaye, işgücü ve teknoloji gibi faktörlerin boyutunun artırılması, teknolojik gelişme veya girdi kalitesinin iyileştirilmesiyle sağlanır. Ancak, enerjinin üretimin temel bir girdisi olduğu ve enerji kaynakları kıtlığı durumunda ekonomik büyümenin sınırlandırılabilceği görüşü de vardır. Enerji kaynaklarının yetersizliği, ekonomik büyüme üzerinde kısıtlayıcı bir etkiye sahip olabilir (Hirsh & Koomey, 2015, s. 78). Sonuç olarak, enerji ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki karmaşık bir konudur ve farklı iktisadi görüşlere dayanan farklı açıklamalar mevcuttur. Enerjinin ekonomik büyüme üzerinde önemli bir rol oynadığı ve enerji kaynaklarının yeterli sağlanmasının sürdürülebilir büyüme için önemli olduğu genel olarak kabul edilmektedir (Yapraklı, 2013, ss. 75-76).

Enerji ve ekonomi arasındaki ilişki karmaşık bir konudur ve tek yönlü bir nedensellikten ziyade karşılıklı bir etkileşimi içerir. Bazı çalışmalar, enerji tüketimindeki azaltmanın ekonomik büyümeyi olumsuz etkileyebileceğini öne sürerken, diğerleri enerji tasarrufu politikalarının ekonomik kalkınmaya zarar vermeyeceğini savunmaktadır (Shiu & Liam, 2004; Kouakou, 2011). Eğer enerjiden ekonomiye doğru sürekli bir nedensellik ilişkisi bulunursa, yani enerji tüketimi arttıkça ekonomik büyümenin de arttığı görülürse, enerji tasarrufu politikalarının ekonomik büyümeyi olumsuz etkileyeceği düşünülebilir. Ancak, enerji ve ekonomi arasındaki ilişki tek yönlü bir nedensellikten ziyade karşılıklı bağımlılık gösteriyorsa, bu durumda enerji tasarrufu politikalarının ekonomik kalkınmaya zarar vermediği düşünülebilir. Yani enerji tüketimindeki azaltma ekonomik büyümeyi engellemeyebilir. İki yönlü bir nedensellik ilişkisi, enerji ve ekonominin birbirine karşılıklı olarak etki ettiğini gösterir. Bu durumda, tahmin modellerinde her iki değişken de

içsel olarak ele alınmalıdır. Enerji tüketimi ekonomiyi etkileyebileceği gibi, ekonomik faktörler de enerji tüketimini etkileyebilir. Bu nedenle, enerji ve ekonomi arasındaki ilişkiyi anlamak için her iki değişkenin de analizde dikkate alınması gerekmektedir. Sonuç olarak, enerji ve ekonomi arasındaki ilişki basit bir nedensellikten ziyade karmaşık bir durumu yansıtır. Enerji tasarrufu politikalarının ekonomik büyümeye zarar verip vermediğini belirlemek için spesifik analizlere ve koşullara ihtiyaç vardır. Bu nedenle, analistler farklı politika sonuçları çıkarabilirler ve her ülkenin kendi koşullarına göre enerji politikalarını şekillendirmesi önemlidir (Zachariadis & Pashourtidou, 2007, s. 191).

Ekonomik büyüme ve enerji ilişkisine yönelik literatürdeki ilk önemli makalelerden biri, Kraft ve Kraft (1978) tarafından yapılan çalışmadır. Bu çalışmada, ABD için GSYH ile enerji tüketimi arasındaki ilişki nedensellik analizi kullanılarak incelenmiştir. Çalışma, 1947-1974 dönemini kapsayan verileri kullanarak yapılmıştır ve sonuç olarak GSYH'dan enerji tüketimine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Yani, GSYH'nın enerji tüketiminin nedeni olduğu sonucuna varılmıştır. Bu örnekler, enerji ekonomisi alanında yapılan çalışmalarda enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin analiz edildiğini ve çeşitli ekonometrik yöntemlerin kullanıldığını göstermektedir. (Kraft & Kraft, 1978).

Enerji kullanımı ve büyüme arasındaki ilişki literatürde kapsamlı bir şekilde çalışılmıştır. Ampirik çalışmalarda enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi farklı ülke ekonomileri üzerinden inceleyen birçok araştırma yapılmıştır (Masih & Masih, 1996; Tang & Tan, 2013). Diğer taraftan, Türkiye üzerine yapılan çalışmalarda da elektrik tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi anlamak için çeşitli yöntemler ve analizler kullanmıştır (Altınay & Karagöl, 2005; Yapraklı & Yurttaşçıkmaz, 2012). Bu çalışmalar, Türkiye'de

elektrik tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi farklı yöntemler ve analizlerle ele almış ve genellikle elektrik tüketiminden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi tespit etmiştir. Ancak bazı çalışmalarda çift yönlü veya kısa dönemde tek yönlü nedensellik ilişkileri de gözlemlenmiştir (Aktaş & Yılmaz, 2008; Ağır & Kar, 2010). Bu bulgular, Türkiye'deki enerji politikalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini anlamak ve enerji verimliliği stratejilerini geliştirmek açısından önem taşımaktadır. Özetle, söz edilen iki değişken arasındaki nedensel ilişkinin yönü hakkında tartışmalar vardır. Bu, ekonomik büyümenin enerji kullanımına mı yol açtığı yoksa enerji kullanımının mı ekonomik büyümeyi yönlendirdiği konusunda bir fikir birliği olmadığı anlamına gelir (Aydın, 2016, s. 432).

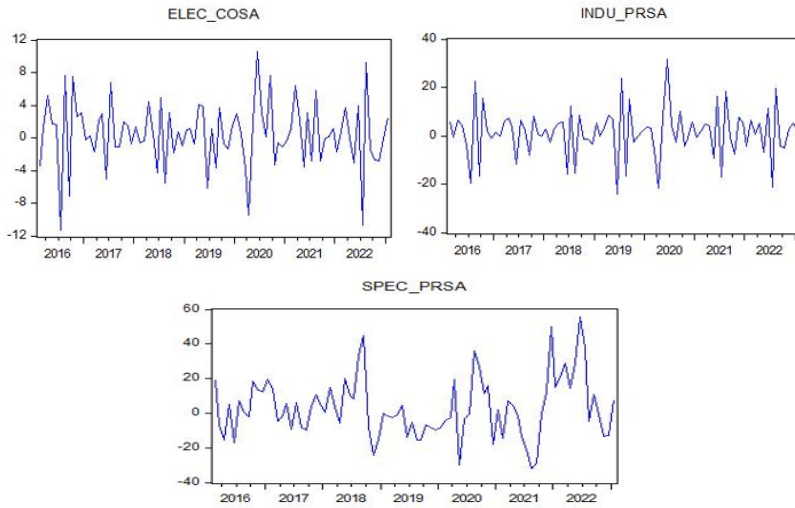
Bu çalışmalar, Türkiye'deki elektrik tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin farklı dönemlerde ve farklı yöntemlerle (Johansen Eşbütünleşme, Logit/Probit, Granger Nedensellik, Vektör Otoregresif (VAR) modeller, Otoregresif Gecikmesi Dağıtılmış (ARDL) modeller, panel veri analizleri) incelendiğini ve genellikle elektrik tüketiminden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

3. AMPİRİK ANALİZ: VERİ SETİ, YÖNTEM VE BULGULAR

Bu çalışmada elektrik tüketimini (ELEC) kısa ve uzun dönemlerde etkileyen değişkenler araştırılmaktadır. Araştırılan değişkenler bağımsız değişken olarak sanayi üretim endeksi (INDU) ve spekülasyon baskı endeksi (SPEC) olarak belirlenmiştir. ELEC_COSA, INDU_PRSA ve SPEC_PRSA ham verilerin mevsimsel etkilerinden (SA) arındırmadan sonra üretilmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenlerle ilgili veriler aylık veriler

olup, 2016 Şubat ayı ile 2023 Ocak ayını kapsamaktadır. İlgili veriler TCMB elektronik veri dağıtım sisteminden alınmıştır. Dolayısı ile değişkenlerin her biri toplam 72 gözlemden oluşmaktadır. Zaman serisi verileri ile analiz yapılmadan önce, serilerin durağan olup olmadıkları incelenmelidir. Durağanlıktan kasıt, serinin ortalamasının varyansının ve kendi gecikmeleri ile oluşturulan kovaryansının zamana göre sabit kalmasıdır (Granger & Newbold, 1974, s. 118). Eğer bir zaman serisinde bu üç koşul doğru ise seri durağandır denir. Aksi durumda serinin durağan olmadığı sonucuna varılır. Bir serinin durağan olup olmaması ile ilgili ilk inceleme serinin zamana göre değişim grafiğine bakarak yapılır (Napps & Enders, 2015, s. 143). Bu amaçla serilerin zamana göre değişim grafikleri çizilmiş ve Şekil 1’de sunulmuştur.

Şekil 1. Değişkenlerin Zamana Göre Değişim Grafiği



Şekil 1’de sunulan grafiklerden görüldüğü üzere, üç seri de herhangi bir trend içermemekte olup sabit bir ortalama etrafında hareket etmektedirler. Bir başka ifade ile seriler durağan görünmektedir. Her ne kadar grafikler durağanlık ile ilgili bilgi

verseler de, serilerin durağan olup olmadığını incelemek amacı ile Phillips-Perron (PP) ve Augmented Dickey Fuller (ADF) testleri aracılığı ile değişkenler test edilmiş ve sonuçları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Durağanlık Analizi Bulguları

ADF test Sıfır Hipotezi: Seri birim köke sahiptir						
Değişkenler	Sabit		Sabit&Trend		Hiçbiri	
	t-Statistic	Olasılık*	t-Statistic	Olasılık*	t-Statistic	Olasılık*
ELEC_COSA	-13.33987	0.0001	-13.31109	0.0000	-13.16196	0.0000
SPEC_PRSA	-5.437179	0.0000	-5.456380	0.0001	-5.372536	0.0000
INDU_PRSA	-16.07543	0.0001	-15.99171	0.0000	-15.70308	0.0000
PP test Sıfır Hipotezi: Seri birim köke sahiptir.						
Değişkenler	Sabit		Sabit&Trend		Hiçbiri	
	t-Statistic	Olasılık*	t-Statistic	Olasılık*	t-Statistic	Olasılık*
ELEC_COSA	-17.26352	0.0001	-18.22167	0.0000	-14.12881	0.0000
SPEC_PRSA	-5.444332	0.0000	-5.466639	0.0001	-5.405195	0.0000
INDU_PRSA	-25.81944	0.0001	-26.71617	0.0001	-17.61894	0.0000

Tablo 1’de sırasıyla elektrik tüketimi, sanayi üretim endeksi, spekülasyon baskı endeksi değişkenleri üzerinde yapılan PP ve ADF birim kök testlerinin sonuçları verilmiştir. Birim kök testleri, sabitli model, sabitli ve trendli model, sabitsiz ve trendsiz denklemler dikkate alınarak yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, test istatistiklerine ait değerler kritik değerlerden daha küçük çıktığından dolayı ilgili olasılık değerleri %5 anlamlılık düzeyi için 0.05’ten daha düşük çıkmıştır. Bu nedenden dolayı değişkenlerin birim kök içerdiğini veya durağan olmadığını ifade eden sıfır hipotezleri red edilir. Yani, analize dahil edilmiş tüm seriler birim kök içermemekte olup durağan serilerdir. Bir başka ifade ile tüm seriler $I(0)$ serisidir.

Ana model, 1 numaralı denklemi kullanarak çalışmanın temelini oluştururken, değişkenlerin durağanlık analizleri ADF ve PP testleri kullanılarak 2 numaralı ve 3 numaralı denklemlerle gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, 2 numaralı denklem, ADF testini açıklamakta iken, 3 numaralı denklem ise PP testini

açıklamaktadır. Örnek olarak ele alınan denklemlerde hedef değişken "elec" serisidir ve " Δ " sembolü fark işlemini, "t" zaman eğilimini, "p" gecikme uzunluğunu ve " μ " hata terimini temsil etmektedir. (Dickey & Fuller, 1981: 1063; Phillips & Perron, 1988: 339).

1, 2 ve 3 no'lu denklemlerde, ε_t hata terimini β_0 sabit terimi, β_1 sanayi üretim endeksi katsayısını, β_2 spekülasyon baskı endeksi katsayısını ifade etmektedir.

$$\text{elec}_t = \beta_0 + \beta_1 \text{indu}_t + \beta_2 \text{spec}_t \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\Delta \text{elec}_t = \beta_1 \text{elec}_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \text{elec}_{t-i} + \mu_t \quad (2)$$

$$\Delta \text{elec}_t = \beta_0 + \beta_1 t + \beta_2 \text{elec}_{t-1} + \mu_t \quad (3)$$

Bu araştırmada, elektrik tüketimi (elec), sanayi üretim endeksi (indu) ve spekülasyon baskı endeksi (spec) arasındaki uzun ve kısa vadeli ilişkileri incelemek ve asimetrik etkileri belirlemek amacıyla NARDL (Nonlinear Autoregressive Distributed Lag) modeli kullanılmıştır. Bu model, bağımlı değişken olan "elec" için pozitif (pos) ve negatif (neg) değişkenlerin etkilerini içermektedir.

$$\text{elec}_t = f(\text{indu_neg}_t, \text{indu_pos}_t, \text{spec_neg}_t, \text{spec_pos}_t)$$

$$\text{elec}_t = \beta_0 + \beta_1 \text{indu_neg}_t + \beta_2 \text{indu_pos}_t + \beta_3 \text{spec_neg}_t + \beta_4 \text{spec_pos}_t + \varepsilon_t \quad (4)$$

4 numaralı denklemde, β_0 sabit terimi, β_1 , β_2 , β_3 ve β_4 katsayıları bağımsız değişkenlerin pozitif ve negatif değişimlerini içeren uzun dönem ilişkiyi göstermektedir (Pesaran & Timmermann, 2005, s. 193). Diğer bir perspektiften bakarsak, NARDL modeli oluşturulurken optimum gecikme uzunluğu, bilgi seçim kriterleri yanı sıra Vektör Otoregresif (VAR) modeli kullanılarak da belirlenebilmektedir. (Meo, Chowdhury, Shaikh, Ali & Masood Sheikh, 2018, s. 420).

Tablo 2. NARDL Modeli Optimum Gecikme Uzunluğu

Gecikme uzunluğu	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	NA	143209.7	20.38565	20.57538	20.46118
1	50.18080	87005.53*	19.88669*	20.36099*	20.07551*
2	13.86544	90144.72	19.92004	20.67893	20.22215
3	4.854994	107371.6	20.09045	21.13392	20.50586
4	15.51178	106342.4	20.07300	21.40106	20.60171
5	5.065541	126060.2	20.23090	21.84354	20.87290
6	4.662193	150630.1	20.39125	22.28847	21.14654
7	6.297627	174310.7	20.51272	22.69453	21.38131
8	12.22664	177301.5	20.49693	22.96331	21.47880
9	20.21405	148493.4	20.27683	23.02780	21.37200
10	17.05936*	131476.7	20.10035	23.13590	21.30881
11	3.136047	166213.0	20.26559	23.58573	21.58735
12	7.739200	185355.0	20.28797	23.89269	21.72302

* kriter tarafından seçilen gecikme sayısını gösterir

LR: Sıralı değiştirilmiş LR testi sonuçları (her test % 5 düzeyinde)

FPE: Son tahmin hata

AIC: Akaike bilgi kriterleri

SC: Schwarz bilgi kriterleri

HQ: Hannan-Quinn bilgi kriterleri

Tablo 2, NARDL modelinin optimum gecikme uzunluğunu seçerken dikkate alınan bilgi seçim kriteri sonuçlarını içermektedir. Bulgulara göre, FPE, AIC, SC ve HQ 1 gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Elektrik tüketimi, spekülâtif baskı endeksi ve ekonomik büyüme göstergesi sanayi üretim endeksi arasındaki uzun ve kısa dönem asimetrik ilişki için Shin, Yu, ve Greenwood-Nimmo (2014) tarafından geliştirilmiş Doğrusal Olmayan Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (NARDL) modeli kullanılmıştır. Bu yöntemin tercih edilme sebebi, analize dahil edilen değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönem asimetrik ilişkinin yanı sıra, spekülâtif baskı endeksi ve sanayi üretim endeksindeki pozitif ve negatif değişimlerin elektrik tüketimi üzerindeki etkilerini de ortaya çıkarabilmektir. Bu nedenle, bu yöntemin kullanılması, çalışmanın amacına uygun bir şekilde yapılmış bir tercih olarak görülebilir.

NARDL modeli, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkileri kurmak için kullanılabilir. Bu yöntem, öncelikle değişkenler arasında asimetric (doğrusal olmayan) bir ilişkinin varlığını belirlemeyi ve ardından elde edilen bulgulara dayanarak katsayıları tahmin etmeyi içerir. Özellikle uzun dönemdeki pozitif ve negatif etkilerin tespiti, araştırmacılar için büyük önem taşır. Bunlara ek olarak NARDL testi hem doğrusal hem de doğrusal olmayan eşbütünleşme ilişkisine izin vermektedir. Ayrıca bu test küçük örneklemelerde daha iyi sonuçlar verebilmektedir.(Shin vd., 2014, s. 285-289).

NARDL testinde asimetri kavramı üzerinden hareket edilmesi model için önemli bir üstünlüktür. Çünkü bağımsız değişkeni pozitif ve negatif değişimler olarak ayırması bağımlı değişkende meydana gelen etkiyi görebilmek bakımından değerlidir. Ek olarak ARDL modelinde olduğu gibi uzun ve kısa dönem katsayı tahminlerinin gerçekleştirilebilmesi ve serilerin sadece I(2) düzeyinde durağan olmama şartının bulunması geleneksel eşbütünleşme testleri ile karşılaştırıldığında üstünlükleridir (Pesaran, Shin & Smith, 2001, s. 319-320).

Eşbütünleşme sınamasına ait sonuç Tablo 3'te paylaşılmıştır. Modelimiz için hesaplanmış F testi 4.901449'tür. Pesaran vd., (2001), kurulan modele ait değişken sayısı ve farklı anlamlılık düzeylerine ilişkin alt ve üst sınırlar paylaşılmıştır. Bu değerler %1, % 5, %10 anlamlılık düzeyleri için hesaplanan F değerinin üst sınırdan büyük olması eşbütünleşmenin var olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Tablo 4'teki model tanı testi bulgularından, oluşturulan model herhangi bir yapısal sorun (değişen varyans, otokorelasyon, model fonksiyonel uyumu ve hata terimlerinin normal dağılım) bulunmamaktadır. Bu sonuç, olasılık değerlerinin her üç anlam düzeyinden (%1, %5 ve %10) yüksek çıkmasından anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Eşbütünleşme Test Sonucu

Uygun Gecikme Uzunluğu NARDL(1, 1, 1,0, 0)			
F-İstatistik	Peseran, Shin ve Smith (2001) Kritik Değerler		
4.901449	Anlamlılık Düzeyi	I(0) Alt Sınır Değerleri	I(1) Üst Sınır Değerleri
	% 10	2.2	3.09
	% 5	2.56	3.49
	% 2.5	2.88	3.87
	% 1	3.29	4.37

Tablo 4'teki NARDL modeli uzun dönem sonuçlarına göre t istatistik değerlerine bakıldığında spekülasyon baskı endeksi pozitif ve negatif değişimlerin, başka bir söylemle baskı endeksindeki artış ve azalışların elektrik tüketimi üzerindeki uzun dönemli etkisini gösteren katsayılar istatistiksel olarak anlamlı değildir. Sanayi üretim endeksi pozitif ve negatif değişimlerini gösteren katsayılar ise %1,%5 ve %10 anlam düzeyinde anlamlıdır. Sanayi üretim endeksindeki 1 birimlik pozitif değişim elektrik tüketimini yaklaşık 0,39 birim artırırken, 1 birim negatif değişim ise 0,39 birim arttırmaktadır. Tablo 5'te yer alan kısa dönem bulguları T-İstatistik değerlerine göre katsayılar anlamlıdır. Sanayi üretim endeksindeki pozitif ve negatif değişimler uzun dönem ile benzer yönde elektrik tüketimini kısa dönemde etkilemektedir. Etkinin şiddeti ise uzun dönem ile yakındır.

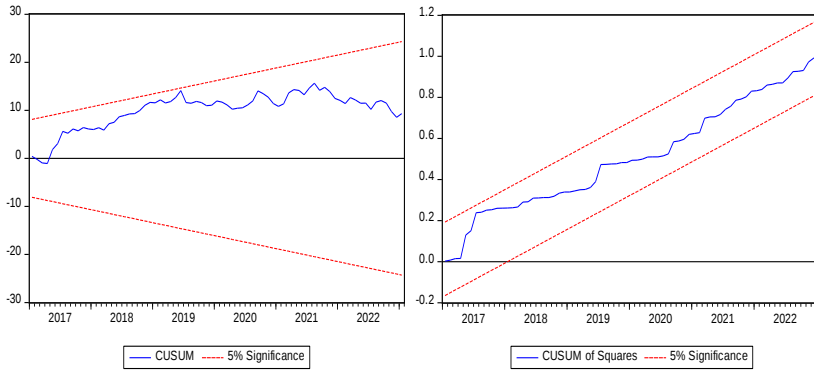
Tablo 3. NARDL (1,1,1,0,0) Modeli Bulguları

Bağımlı Değişken: elec_cosa			
Değişken	Katsayı	T-İstatistik	Olasılık
Uzun Dönem Bulguları			
Indu_prsa_pos	0.389898	11.08456	0.0000
Indu_prsa_neg	0.391144	10.50605	0.0000
Spec_prsa_pos	0.006589	0.608901	0.5445
Spec_prsa_neg	0.008310	0.696663	0.4882
Kısa Dönem Bulguları			
Indu_prsa_pos	0.343598	16.77247	0.0000
Indu_prsa_neg	0.386443	15.95552	0.0000
elec(-1)	-1.303423	-12.05277	0.0000
Model Tanı Testleri			

Tanı	Test Türü	İstatistik	Olasılık
Otokorelasyon	Breusch–Godfrey	1.152761	0.3216
Değişen Varyans	Breusch–Pagan Godfrey	1.014748	0.4327
Fonksiyonel Form	RamseyReset	1.113479	0.2949
Normallik	Jarque–Berra	0,647999	0,723251

NARDL modeli içinde sanayi üretim endeksinin asimetrik etkisini incelediğimiz bu çalışmada, 2016M1-2022M3 döneminde potansiyel yapısal kırılmaların etkisi göz önünde bulundurularak CUSUM ve CUSUMSQ testleri uygulanmıştır. Ekonometrik analizimizde kullanılan katsayıların bu yönde uygunluğu ilgili testlerle değerlendirilmiştir (Brown, Durbin ve Evans, 1975, ss. 155-156). Şekil 1, %5 anlam düzeyine göre incelendiğinde, ilgili dönem boyunca değişkenlerin ve bu çalışmada kullanılan modelin istikrarlı ve durağan olduğunu göstermektedir.

Şekil 2. CUSUM ve CUSUMSQ Testi



4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde enerji fiyatları ve bunların ekonomik büyüme veya enerji tüketimi ile ilişkisine ilişkin çeşitli ampirik araştırmalar yapılmıştır. Araştırmalar ekonomik büyümeyi enerji talebinin ana itici gücü olarak görmektedir ve yalnızca yüksek düzeyde yenilik kapasitesine sahip gelişmiş ekonomiler, ekonomik büyümeyi

azaltmadan enerji tüketimini azaltmaktadır. Bu çalışmada sanayi üretim endeksinin bağımsız değişken, spekülasyon baskı endeksinin kontrol değişken olarak kullanıldığı analizde aylık veriler kullanılmıştır. Araştırmada baskı endeksinin elektrik tüketimi üzerinde ki artış (pozitif değişim) ve azalışlar (negatif yönlü değişim) asimetrik yöntem ile incelenip yorumlanmıştır. Bu bağlamda çalışma, spekülasyon baskı endeksinin elektrik tüketimi üzerinde belirleyici bir etkisinin olmadığına sanayi üretim endeksinin ise olumlu yönde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. NARDL modelinin kısa ve uzun dönem katsayıları dikkate alındığında sanayi üretim endeksindeki pozitif ve negatif değişimler uzun ve kısa dönemde elektrik tüketimini etkilemektedir. Sanayi üretim endeksindeki pozitif ve negatif değişimler uzun dönem ile benzer yönde elektrik tüketimini kısa dönemde de etkilemektedir. Etkinin şiddeti ise uzun dönem ile yakındır. Sanayi üretim endeksindeki pozitif ve negatif yönlü değişimlerin her ikisi de elektrik tüketimini artırmaktadır. Elektrik tüketimi ile sanayi üretim endeksi arasında uzun ve kısa dönemlerde ortaya konulan istatistiksel olarak anlamlı ilişki ve sanayi üretim endeksindeki değişimlerin pozitif etkinliği Kaldor (1957), Kraft ve Kraft, (1978), Aktaş ve Yılmaz, (2008) ve Ağır ve Kar (2010) çalışmaları ile örtüşmektedir.

Sonuç olarak sanayi üretimindeki artış ve azalışların toplam mal ve hizmet üretiminde en büyük girdi olan elektrik tüketimi üzerinde uzun ve kısa dönemde olumlu bir etkisi vardır. Diğer taraftan spekülasyon baskı endeksinin ise elektrik tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmadığı sonucuna varılmıştır. Kriz dönemlerinde insanların temel ihtiyaçlarını karşılama eğiliminde olmaları, elektrik tüketimi gereksiniminin önüne geçeceğinden, kriz döneminde olursa dahi gündelik ihtiyaçları karşılama eğiliminde olan bireyin minimum düzeyde ki elektrik tüketiminden vazgeçmeyecek olması, mikro çerçeveden bakılınca spekülasyon baskı endeksinin elektrik tüketimi üzerinde

belirleyici bir rol oynamadığı sonucunu doğurur. Fakat makro bir bakış açısı ile bakıldığında baskı endeksinin elektrik tüketimi üzerinde bir etkisi olmadığını söyleyemeyiz, baskı endeksi elektrik tüketimini üretim üzerinden dolaylı olarak etkilediği için direkt bir etkiye sahip olmadığı ve bu çalışmadan elde edilen sonuçların bu bakış açısı ile tutarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sanayi üretim endeksinin negatif ve pozitif değişimlerinin olumlu yönde etkisinin temel gerekçesi de budur.

Ampirik analiz bulgularından yola çıkılarak, politika yapıcılarına bazı öneriler sunmak doğru olacaktır. Bunlardan ilki verimliliği, istihdamı, geliri ve dolayısıyla toplumsal refahı artıracak olan sanayileşme her toplum için bir zorunluluktur. Sanayi sektöründeki gelişmelerle birlikte dışa bağımlılık azalacak ve döviz çıkışları önlenecektir. Dış talepteki artış, sanayi üretimindeki artışla birleştiğinde, iç talep fazlası yaratacak bir gelir artışı sağlayacaktır. Türkiye'deki erken sanayileşme hareketlerinde olduğu gibi, sanayileşme sürecinde devlet önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü en önemli dış ticaret sektörü olan sanayi sektörü teşvik, vergi politikaları ve sübvansiyonlar gibi devlet tarafından desteklenmelidir.

Ampirik analizden elde edilen başka bir bulgu ekonomik ve finansal krizleri önceden tahmin etmeye yönelik bir gösterge niteliği taşıyan spekülasyon baskı endeksi ile elektrik tüketimi arasında anlamlı bir ilişkinin çıkmamasıdır. Bu noktada, finansal gelişme, şirketlerin daha kolay ve uygun maliyetle finansal sermayeye erişerek mevcut şirketlerini genişletebilmelerini veya yeni şirketler kurabilmelerini sağladığı için şirketlerin de daha iyi finansal gelişmeden faydalanmasına yardımcı olmaktadır. Finansal gelişme, borsa üzerinde de etkili olabilir ve tüketici ve iş güvenini artırarak bir zenginlik etkisi yaratabilir. Ayrıca finansal gelişme, teknolojik yeniliği teşvik edebilir ve enerji verimliliğini artırabilir. Gelişmiş bir finansal piyasa, yeşil enerji projelerini finansal olarak destekleyebilir ve enerji yapısının

modernizasyonunu teşvik edebilir, ancak bu etki genellikle göz ardı edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağır, H., & Kar, M. (2010). Türkiye’de elektrik tüketimi ve ekonomik gelişmişlik düzeyi ilişkisi: Yatay kesit analizi. *Sosyoekonomi*, 6(12), 149-175.
- Akkaya, M., & Kantar, L. (2018). Finansal krizlerin tahmininde öncü göstergelerin logit-probit model ile analizi: Türkiye uygulaması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(3), 575-590.
- Aktaş, C., & Yılmaz, V. (2008). Causal relationship between electricity consumption and economic growth in Turkey. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 45-54.
- Altınay, G., & Karagöl, E. (2005). Electricity consumption and economic growth: evidence from Turkey. *Energy Economics*, 27(6), 849-856.
- Aydın, M. (2016). Enerji verimliliğinin sürdürülebilir kalkınmadaki rolü: Türkiye değerlendirmesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 409-441.
- Brown, R. L., Durbin, J. & Evans, J. M. (1975). Techniques for testing the constancy of regression relationships over time. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 37(2), 149-163.
- Ceylan, H., & Öztürk, H. K. (2004). Estimating energy demand of Turkey based on economic indicators using genetic algorithm approach. *Energy Conversion and Management*, 45(15-16), 2525-2537.

- Çepni, E. (2014), *Ekonomik göstergeler ve istatistikler rehberi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Dickey, D. A. & Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, 49, 1057-1072.
- Granger, C. W., & Newbold, P. (1974). Spurious regressions in econometrics. *Journal of Econometrics*, 2(2), 111-120.
- Hirsh, R. F., & Koomey, J. G. (2015). Electricity consumption and economic growth: A new relationship with significant consequences?. *The Electricity Journal*, 28(9), 72-84.
- Kaldor, N. (1957). A model of economic growth. *The Economic Journal*, 67(268), 591-624.
- Kaminsky, G., Lizondo, S., & Reinhart, C. M. (1998). Leading indicators of currency crises. *Staff Papers*, 45(1), 1-48.
- Kouakou, A. K. (2011). Economic growth and electricity consumption in Cote d'Ivoire: Evidence from time series analysis. *Energy Policy*, 39(6), 3638-3644.
- Kraft, J., & Kraft, A. (1978). On the relationship between energy and GNP. *The Journal of Energy and Development*, 3(2), 401-403.
- Krkoska, L. (2001). Assessing macroeconomic vulnerability in central Europe. *Post-Communist Economies*, 13(1), 41-55.
- Masih, A. M., & Masih, R. (1996). Energy consumption, real income and temporal causality: Results from a multi-country study based on cointegration and error-correction modelling techniques. *Energy Economics*, 18(3), 165-183.
- Meo, M. S., Chowdhury, M. A. F., Shaikh, G. M., Ali, M., & Masood Sheikh, S. (2018). Asymmetric impact of oil

- prices, exchange rate, and inflation on tourism demand in Pakistan: New evidence from nonlinear ARDL. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(4), 408-422.
- Napps, C., & Enders, W. (2015). A regional investigation of the interrelationships between domestic and transnational terrorism: A time series analysis. *Defence and Peace Economics*, 26(2), 133-151.
- Osman, M., Gachino, G., & Hoque, A. (2016). Electricity consumption and economic growth in the GCC countries: Panel data analysis. *Energy Policy*, 98, 318-327.
- Pesaran, M. H., Shin, Y. & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289-326.
- Pesaran, M. H., & Timmermann, A. (2005). Small sample properties of forecasts from autoregressive models under structural breaks. *Journal of Econometrics*, 129(1-2), 183-217.
- Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- Shiu, A., & Lam, P. L. (2004). Electricity consumption and economic growth in China. *Energy Policy*, 32(1), 47-54.
- Shin, Y., Yu, B. & Greenwood-Nimmo, M., (2014). Modelling Asymmetric Cointegration and Dynamic Multipliers in an ARDL Framework. Horrace, W.C. ve Sickles, R.C. (Eds.), *Festschrift in Honor of Peter Schmidt: Econometric Methods and Applications içinde* (281-314), New York: Springer Science & Business Media.
- Tang, C. F., & Tan, E. C. (2013). Exploring the nexus of electricity consumption, economic growth, energy prices and technology innovation in Malaysia. *Applied Energy*, 104, 297-305.

- Yapraklı, S. (2013). *Enerjiye dayalı büyüme: Türk sanayi sektörü üzerinde uygulamalar*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Yapraklı, S., & Yurttañıkımaz, Z. Ç. (2012). Elektrik tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik: Türkiye üzerine ekonometrik bir analiz. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13(2), 195-215.
- Zachariadis, T., & Pashourtidou, N. (2007). An empirical analysis of electricity consumption in Cyprus. *Energy Economics*, 29(2), 183-198.

BORSA İSTANBUL’UN ZAYIF FORMDA ETKİNLİĞİNİN SINANMASI

Yunus KARAÖMER¹

1. GİRİŞ

Finansal yönetimdeki etkinlik kavramı, genellikle finansal piyasa etkinliği olarak öne çıkmaktadır. Bu kavram, para ve sermaye piyasalarındaki fiyatların rastgele davranışlarını ifade etmek için kullanılmaktadır (Ergör, 2013: 5). Etkin Piyasa Hipotezi, finansal varlıkların fiyatlarının tüm mevcut bilgileri yansıttığı bir piyasa olarak tanımlanan etkin piyasaları temsil etmektedir. Bu hipotez, Eugene Fama (1970)’nin yaptığı çalışma ile finans literatürüne kazandırılmıştır. Etkin Piyasa Hipotezi, finansal piyasalarda bilgi ile fiyatlar arasında bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. Bu hipoteze göre, yeni bilgiler piyasaya geldiğinde, finansal varlıkların fiyatları hızla ve tam olarak bu yeni bilgilere göre şekillenir (Fama, 1970: 383). Bu, piyasanın her an güncel bilgilere ve olaylara tepki verdiği ve bu bilgilerin fiyatlara yansıdığı anlamına gelmektedir.

Piyasalardaki etkinlik kavramı genellikle üç farklı türde ele alınmaktadır: dağıtımsal etkinlik, faaliyet etkinliği ve bilgi etkinliği. Bir piyasanın tam anlamıyla etkin olduğu söyleniyorsa, bu piyasanın dağıtımsal olarak etkin, faaliyetssel olarak etkin ve bilgisel olarak etkin olduğu anlamına gelmektedir. Etkin Piyasalar Hipotezi, özellikle bilgi etkinliğine odaklanarak, piyasa etkinliğini değerlendirir. Bu hipoteze göre, piyasalarda bilgisel

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, yunuskaraomer@mku.edu.tr ORCID: 0000-0002-6377-1326.

etkinlik mevcutsa, yatırımcılar normalden daha yüksek getiri elde edemezler çünkü piyasalar zaten tüm bilgilere sahiptir (Karan, 2004: 272). Bu bakış açısıyla, piyasaların bilgisel etkinliği, yatırımcıların bilgiye dayalı stratejiler kullanarak sistematik olarak fazladan kar elde etmelerini zorlaştırmaktadır. Çünkü piyasa fiyatları zaten tüm mevcut bilgileri yansıtmaktadır. Bu nedenle, yatırımcılar için sıradan bir bilgiye dayalı getiri fırsatı bulmak daha zor hale gelmektedir.

Eugene Fama, 1970 yılındaki çalışmasında piyasaların etkinliğini değerlendirmek için üç farklı test formu geliştirmiştir: Zayıf formda piyasa etkinliği, yarı-güçlü formda piyasa etkinliği ve güçlü formda piyasa etkinliği. Bu testler, finansal piyasalardaki bilgi kullanımının farklı seviyelerini incelemektedir. Zayıf formda piyasa etkinliği, piyasa fiyatlarının geçmişteki tüm kamuya açık bilgileri içerdiğini varsayar. Bu durumda, geçmiş fiyat hareketleri şu anki fiyatlara tam olarak yansır ve gelecekteki fiyat hareketleri, geçmiş fiyatları kullanarak tahmin edilemez. Başka bir deyişle, zayıf formda piyasa etkinliği, tarihsel fiyat hareketlerinin içerdiği bilgilerin şu anki fiyatlara tam olarak yansıyor yansımadığını test eder. Bu test, teknik analiz gibi stratejilerin kullanılarak anormal getiriler elde edilip edilemeyeceğini belirlemeye yardımcı olur (Snopek, 2011: 80). Bu perspektif, finansal piyasalarda geçmiş fiyat hareketlerinin gelecekteki fiyatları tahmin etmede herhangi bir avantaj sağlamadığını savunmaktadır. Yatırımcılar, zayıf formda piyasa etkinliği altında, geçmiş fiyatların üzerinde bilgi taşımadığını kabul ederek, piyasada rasyonel ve bilgiye dayalı kararlar almanın önemini vurgulamaktadır.

Bu çalışma, dört ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde giriş sunulmakta, ikinci bölümde ise literatür incelemesi yapılmaktadır. Üçüncü bölümde, çalışmanın amacı, kullanılan model ve elde edilen bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Son bölüm ise çalışmanın sonuçlarını içermektedir.

2. LİTERATÜR

Zeren vd. (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışma, 1 Kasım 1987 ile 30 Kasım 2012 tarihleri arasında Borsa İstanbul-100 endeksinde zayıf formda piyasa etkinliğini değerlendirmek amacıyla yapısal kırılmalı birim kök testini kullanmıştır. Bu çalışmanın sonuçları, Borsa İstanbul-100 endeksinin durağan olmadığı yönündedir. Bu sonuçlar, Türk hisse senedi piyasasının etkin olduğunu ve fiyat hareketlerinin beklenen bilgilerle uyumlu olduğunu göstermektedir.

Bektur ve Aydın (2019) tarafından yürütülen çalışma, 30.06.2000 ile 29.12.2017 tarihleri arasında Borsa İstanbul-100 endeksinde zayıf formda piyasa etkinliğini değerlendirmek amacıyla yapısal kırılmalı birim kök testini kullanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, incelenen dönem boyunca serilerin birim köklü olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, piyasanın zayıf formda etkin piyasa hipotezinin geçerli olduğunu göstermektedir. Yani, bu piyasalarda fiyatlar geçmiş bilgileri yansıtmakta ve geçmiş fiyat hareketlerinden gelecekteki fiyat hareketlerini tahmin etmek mümkün olmamaktadır.

Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2020) tarafından yürütülen çalışma, Borsa İstanbul'da bulunan 22 farklı endekste zayıf formda piyasa etkinliğini değerlendirmek amacıyla yapısal kırılmalı birim kök testini uygulamıştır. Elde edilen sonuçlar, bu endekslerin 13'ünün zayıf formda etkin olduğunu, ancak 9 endeksin zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir. Yani, bazı endekslerde fiyatlar geçmiş bilgileri yansıtarak etkin piyasa hipotezine uygun davranırken, diğerlerinde bu hipoteze uygun davranışlar gözlenmemiştir. Bu sonuçlar, Borsa İstanbul'da farklı endeksler arasında piyasa etkinliği düzeylerinin çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Onur'un (2021) çalışması, 2000-2020 dönemi boyunca Borsa İstanbul-100 endeksinde zayıf formda piyasa etkinliğini

test etmiştir. Yapılan yapısal kırılmalı test sonuçları, Borsa İstanbul-100 endeksinin zayıf formda piyasa etkinliğine sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, Borsa İstanbul-100 endeksinin geçmiş fiyat hareketlerinin gelecekteki fiyat hareketlerini tahmin etme konusunda zayıf formda etkin olduğunu göstermektedir.

Özdemir (2022) tarafından yürütülen çalışma, Ekim 2011 ile Ekim 2021 tarihleri arasında günlük, haftalık ve aylık verileri kullanarak Borsa İstanbul-100 endeksinde zayıf formda piyasa etkinliğini incelemiştir. Yapılan yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre, Borsa İstanbul-100 endeksinin tüm zaman dilimlerinde (günlük, haftalık ve aylık) zayıf formda piyasa etkinliğine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular, Borsa İstanbul-100 endeksinin geçmiş fiyat hareketlerinin gelecekteki fiyatları tahmin etme konusunda zayıf formda etkin olduğunu göstermektedir.

Taşkıran ve Altuntaş (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışma, 01.04.1988 ile 31.12.2020 tarihleri arasında Borsa İstanbul-100 endeksinde zayıf formda piyasa etkinliğini değerlendirmek amacıyla yapısal kırılmalı birim kök testini kullanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, incelenen dönemde Borsa İstanbul-100 endeksinin zayıf formda piyasa etkinliğine sahip olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, piyasanın geçmiş fiyat hareketlerinin gelecekteki fiyat hareketlerini tahmin etme konusunda zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, MODELİ VE BULGULARI

Bu çalışmanın temel hedefi, Borsa İstanbul 30 (XU-30) ve Borsa İstanbul 100 (XU-100) endekslerindeki zayıf formda etkin piyasa hipotezinin sınanmasıdır. Araştırma kapsamında, 01.01.1997 ile 01.12.2022 tarihleri arasında aylık veri seti

kullanılmıştır. Bu veriler, investing.com web sitesinden elde edilmiştir. Çalışma, Türkiye ekonomisini etkileyen çeşitli faktörlerin, özellikle XU-30 ve XU-100 endekslerini nasıl etkilediğini anlamak amacıyla yapısal kırılmalı birim kök analizi kullanarak incelenmiştir. Bu analiz, finansal piyasalarda beklenmeyen olayların veya ekonomik şokların endeksler üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi amaçlar. Yapısal kırılmalı birim kök analizi, zaman içindeki yapısal değişiklikleri ve kırılmaları tanımlamak için kullanılır. Bu çalışma, Türkiye ekonomisinin dinamiklerini ve finansal piyasalardaki değişiklikleri daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır.

Zivot ve Andrews (1992) birim kök testi, bir zaman serisinin durağanlık özelliğini sınamak için kullanılan istatistiksel bir testtir. Bu test, serinin durağan mı yoksa durağan olmayan bir yapıya sahip mi olduğunu belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Zivot ve Andrews (1992) birim kök testi, serinin içerdiği yapısal kırılmaları ve eğilim değişikliklerini dikkate alarak geliştirilmiştir. Bu nedenle, geleneksel birim kök testlerine göre daha hassas sonuçlar üretebilmektedir.

Zivot ve Andrews (1992), trend fonksiyonunda tahmini bir kırılmaya olanak tanıyan birim kök testi geliştirmişlerdir. Bu test, serinin durağanlık özelliğini incelemek için üç farklı model kullanmaktadır. Bu modeller şunlardır:

Model A (Düzeyde Tek Kırılma Modeli): Model A, serinin sadece düzeyde (yani sabit terimde) tek bir kırılmaya izin vermektedir. Bu model, serinin eğilim değişikliklerini dikkate almadan sadece düzeydeki yapısal kırılmaları incelemektedir.

$$\Delta y_t = c + \alpha y_{t-1} + \beta_t + \gamma DU_t + \sum_{j=1}^k d_j \Delta y_{t-j} + \varepsilon_t$$

Model B (Eğimde Bir Kırılma Modeli): Model B, serinin eğimde (trend teriminde) bir kırılmaya izin vermektedir.

Bu model, serinin eğilimdeki değişiklikleri ele alırken düzeydeki yapısal kırılmaları dikkate almamaktadır.

$$\Delta y_t = c + \alpha y_{t-1} + \beta_t + \theta DT_t + \sum_{j=1}^k d_j \Delta y_{t-j} + \varepsilon_t$$

Model C (Her İkisine İzin Veren Model): Model C, hem düzeyde hem de eğimde yapısal kırılmalara izin veren en kapsamlı modeldir. Bu model, serinin hem düzeydeki hem de eğilimdeki değişiklikleri aynı anda incelemek için kullanılmaktadır.

$$\Delta y_t = c + \alpha y_{t-1} + \beta_t + \theta DU_t + \gamma DT_t + \sum_{j=1}^k d_j \Delta y_{t-j} + \varepsilon_t$$

Burada DU_t , olası her kırılma tarihinde (TB) meydana gelen ortalama kayma için bir gösterge kukla değişkenidir; DT_t ise karşılık gelen trend kayma değişkenidir.

$$DU_t = \begin{cases} 1, & \text{eğer } t > TB \\ 0, & t \leq TB \end{cases}$$

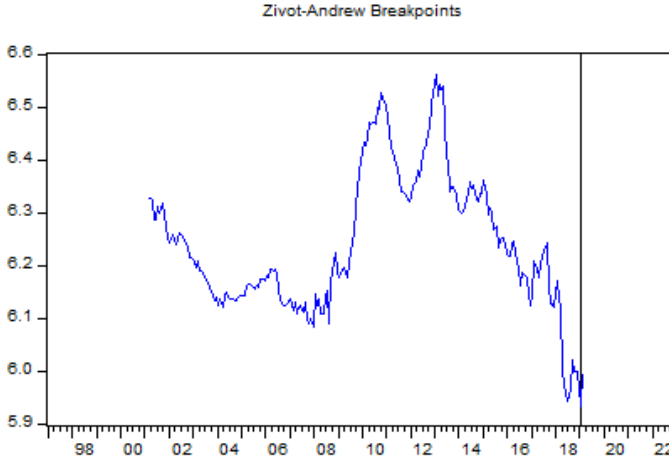
$$DT_t = \begin{cases} t - TB, & \text{eğer } t > TB \\ 0, & t \leq TB \end{cases}$$

Her üç modeldeki sıfır hipotezi $\alpha=0$ 'dır; bu, $\{y_t\}$ serisinin herhangi bir yapısal kırılmayı dışlayan bir kayma ile birim kök içerdiğini ifade ederken, alternatif hipotez $\alpha < 0$ ise serinin trend-durağan olduğunu ifade etmektedir. Bilinmeyen bir zamanda meydana gelen tek seferlik bir kesinti ile gerçekleşen bir süreçtir. Zivot ve Andrews yöntemi, her noktayı potansiyel bir kırılma tarihi (TB) olarak kabul eder ve her olası kırılma tarihi için sırayla bir regresyon çalıştırır. Prosedür, olası tüm kırılma noktaları (TB) arasından kırılma tarihi seçimi olarak $\hat{\alpha} (= \alpha - 1) = 1$ 'i test etmek için tek taraflı t-istatistiğini en aza indiren tarihi seçmektedir. Zivot ve Andrews tarafından belirtilen uç noktaların varlığı,

istatistiklerin asimptotik dağılımının sınırsız bir biçimde yaklaşıma devam etmesine yol açmaktadır (Waheed vd., 2006).

3.1.XU-30 İçin Model A Hipotezi

Şekil 1. XU-30 İçin Model A



Tablo 1. XU-30 İçin Model A Hipotezi Test Sonuçları

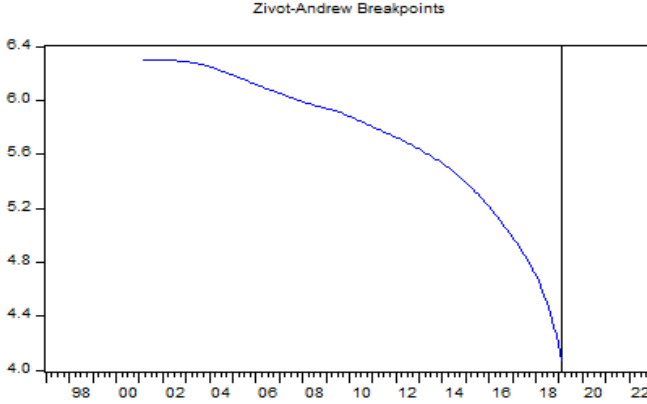
	t-istatistiği	Olasılık Değeri
Zivot-Andrews test istatistiği kritik değerleri:	5,931978	0,089921
%1	- 5,34	
%5	- 4,93	
%10	- 4,58	

Zivot-Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre, XU-30 endeksi için hesaplanan test istatistiği 5,931978'dir. Bu istatistik, %5 anlam düzeyi için hesaplanan kritik değer olan -4,93'ten büyük olduğu için, 2019 yılının 1. çeyreğinde bir düzey kırılması olduğu tespit edilmiştir. Ancak, bu sonuçlar, H_0 hipotezinin reddedilemeyeceğini göstermektedir. Yani, XU-30 endeksi bir düzey kırılması yaşamış olsa da seride durağanlık gözlenmemekte ve veriler normal bir dağılım sergilememektedir. Bu sonuçlar, gelecekteki fiyat hareketlerini geçmiş verilere dayanarak tahmin etmenin mümkün olduğunu ve piyasanın zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir. Yani, geçmiş

verilerin gelecekteki fiyat hareketlerini tahmin etmek için kullanılabileceği anlamına gelmektedir.

3.2.XU-30 İçin Model B Hipotezi

Şekil 2. XU-30 İçin Model B



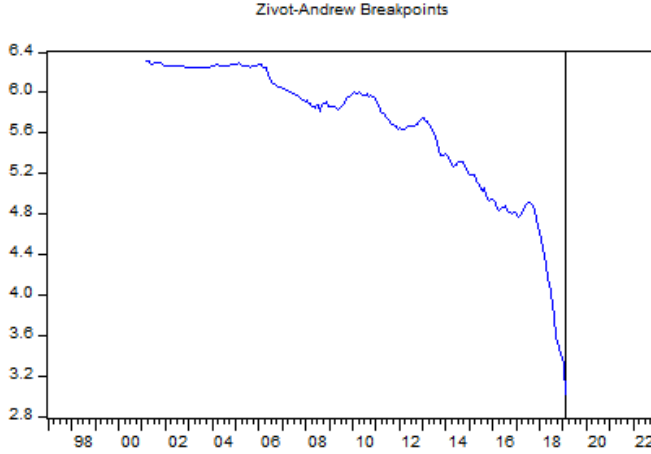
Tablo 2. XU-30 İçin Model B Hipotezi Test Sonuçları

	t-istatistiği	Olasılık Değeri
Zivot-Andrews test istatistiği kritik değerleri:	4,063986	0,0001214
%1	- 4,80	
%5	- 4,42	
%10	- 4,11	

XU-30 endeksi için yapılan Zivot-Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre, test istatistiği değeri 4,063986 olarak hesaplanmıştır. Bu istatistik, XU-30 endeksi için %5 anlam düzeyi için hesaplanan kritik değer olan -4,42'den büyük olduğu için, 2019 yılının 1. çeyreğinde bir eğim değişimli kırılma olduğu tespit edilmiştir. Ancak, bu sonuçlar, H_0 hipotezinin reddedilemeyeceğini göstermektedir. Yani, XU-30 endeksinde eğim değişimli bir kırılma yaşanmış olsa da, seri durağanlık göstermemekte ve veriler normal bir dağılım sergilememektedir. Bu sonuçlar, geçmiş fiyat hareketlerinden yola çıkarak gelecekteki fiyatların tahmin edilebileceğini ve piyasanın zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir.

3.3.XU-30 İçin Model C Hipotezi

Şekil 3. XU-30 için Model C



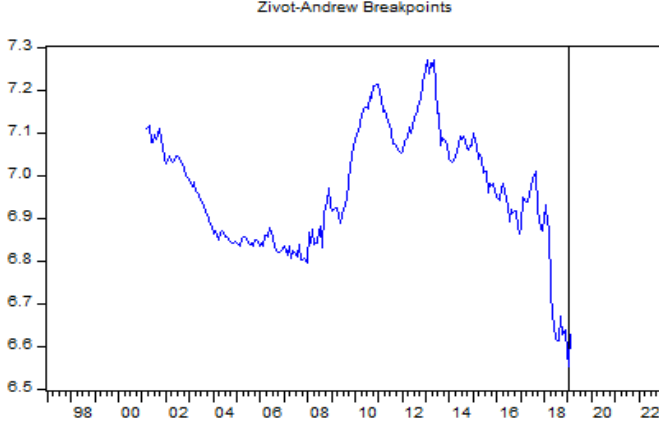
Tablo 3. XU-30 İçin Model C Hipotezi Test Sonuçları

	t-istatistiği	Olasılık Değeri
Zivot-Andrews test istatistiği kritik değerleri:	2,994897	0,031423
%1	- 5,57	
%5	- 5,08	
%10	- 4,82	

XU-30 endeksi için yapılan Zivot-Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre, test istatistiği değeri 2,994897 olarak hesaplanmıştır. Bu istatistik, XU-30 endeksi için %5 anlam düzeyi için hesaplanan kritik değer olan -5,08'den büyük olduğu için, 2019 yılının 1. çeyreğinde bir eğim değişimli kırılma olduğu tespit edilmiştir. Ancak, bu sonuçlar, H_0 hipotezinin reddedilemeyeceğini göstermektedir. Yani, XU-30 endeksinde eğim değişimli bir kırılma yaşanmış olsa da, seri durağanlık göstermemekte ve veriler normal bir dağılım sergilememektedir. Bu sonuçlar, geçmiş fiyat hareketlerinden yola çıkarak gelecekteki fiyatların tahmin edilebileceğini ve piyasanın zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir.

3.4.XU-100 İçin Model A Hipotezi

Şekil 4. XU-100 İçin Model A



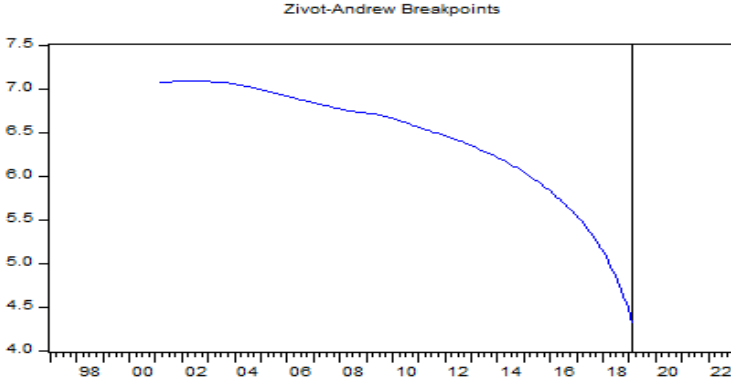
Tablo 4. XU-100 İçin Model A Hipotezi Test Sonuçları

	t-istatistiği	Olasılık Değeri
Zivot-Andrews test istatistiği	6,553442	0,179831
kritik değerleri:		
%1	- 5,34	
%5	- 4,93	
%10	- 4,58	

Zivot-Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre, XU-100 endeksi için hesaplanan test istatistiği 6,553442'dir. Bu istatistik, %5 anlam düzeyi için hesaplanan kritik değer olan -4,93'ten büyük olduğu için, 2019 yılının 1. çeyreğinde bir düzey kırılması olduğu tespit edilmiştir. Ancak, bu sonuçlar, H_0 hipotezinin reddedilemeyeceğini göstermektedir. Yani, XU-100 endeksi bir düzey kırılması yaşamış olsa da seride durağanlık gözlenmemekte ve veriler normal bir dağılım sergilememektedir. Bu sonuçlar, gelecekteki fiyat hareketlerini geçmiş verilere dayanarak tahmin etmenin mümkün olduğunu ve piyasanın zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir. Yani, geçmiş verilerin gelecekteki fiyat hareketlerini tahmin etmek için kullanılabileceği anlamına gelir.

3.5.XU-100 İçin Model B Hipotezi

Şekil 5. XU-100 İçin Model B



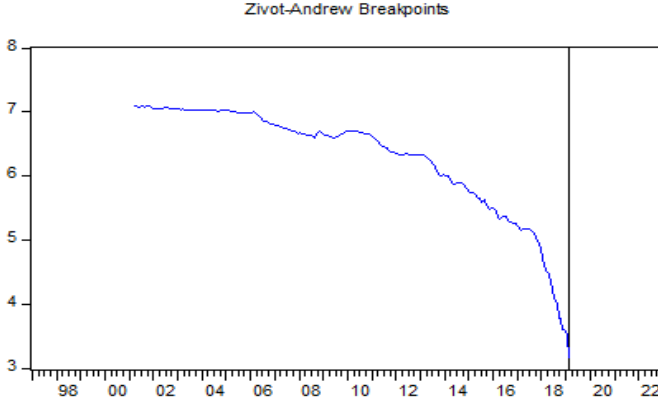
Tablo 5. XU-100 İçin Model B Hipotezi Test Sonuçları

	t-istatistiği	Olasılık Değeri
Zivot-Andrews test istatistiği	4,309898	0,021403
kritik değerleri:		
%1	- 4,80	
%5	- 4,42	
%10	- 4,11	

XU-100 endeksi için yapılan Zivot-Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre, test istatistiği değeri 4,309898 olarak hesaplanmıştır. Bu istatistik, XU-100 endeksi için %5 anlam düzeyi için hesaplanan kritik değer olan -4,42'den büyük olduğu için, 2019 yılının 1. çeyreğinde bir eğim değişimli kırılma olduğu tespit edilmiştir. Ancak, bu sonuçlar, H_0 hipotezinin reddedilemeyeceğini göstermektedir. Yani, XU-100 endeksinde eğim değişimli bir kırılma yaşanmış olsa da, seri durağanlık göstermemekte ve veriler normal bir dağılım sergilememektedir. Bu sonuçlar, geçmiş fiyat hareketlerinden yola çıkarak gelecekteki fiyatların tahmin edilebileceğini ve piyasanın zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir.

3.6.XU-100 İçin Model C Hipotezi

Şekil 6. XU-100 İçin Model C



Tablo 6. XU-100 İçin Model C Hipotezi Test Sonuçları

	t-istatistiği	Olasılık Değeri
Zivot-Andrews test istatistiği	3,144136	0,136420
kritik değerleri:		
%1	- 5,57	
%5	- 5,08	
%10	- 4,82	

XU-100 endeksi için yapılan Zivot-Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre, test istatistiği değeri 3,144136 olarak hesaplanmıştır. Bu istatistik, XU-100 endeksi için %5 anlam düzeyi için hesaplanan kritik değer olan -5.08'den büyük olduğu için, 2019 yılının 1. çeyreğinde bir düzey ve eğim kırılması olduğu tespit edilmiştir. Ancak, bu sonuçlar, H_0 hipotezinin reddedilemeyeceğini göstermektedir. Yani, XU-100 endeksinde düzey ve eğim kırılmış olsa da, seri durağanlık göstermemekte ve veriler normal bir dağılım sergilememektedir. Bu sonuçlar, geçmiş fiyat hareketlerine dayalı olarak gelecekteki fiyatların tahmin edilebileceğini ve piyasanın zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir.

4. SONUÇ

Bu çalışmanın temel amacı, XU-30 ve XU-100 endekslerindeki zayıf formda etkin piyasa hipotezinin sınanmasıdır. Araştırma kapsamında, 01.01.1997 ile 01.12.2022 tarihleri arasında aylık veri setleri kullanılmıştır. Bu çalışma, Türkiye ekonomisini etkileyen çeşitli faktörlerin, özellikle XU-30 ve XU-100 endekslerini nasıl etkilediğini anlamak amacıyla yapısal kırılmalı birim kök analizi kullanarak incelenmiştir. Bu analiz, finansal piyasalarda beklenmeyen olayların veya ekonomik şokların endeksler üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

XU-30 ve XU-100 endeksleri üzerinde gerçekleştirilen Zivot-Andrews testi sonuçlarına göre, tüm modeller için 2019 yılının 1. çeyreğinde önemli bir kırılma yaşandığı belirlenmiştir. Bu tespit edilen kırılma, özellikle COVID-19 salgınının başladığı ve tüm dünyada etkisini gösterdiği döneme denk gelmektedir. Elde edilen ampirik sonuçlar, XU-30 ve XU-100 endekslerinin Ocak 1997'den Aralık 2022'ye kadar olan dönemde zayıf formda etkin piyasa özellikleri sergilemediğini göstermektedir. Bu sonuçlar, geçmiş verilere dayanarak gelecekteki fiyat hareketlerini tahmin etmenin mümkün olduğunu ve piyasanın zayıf formda etkin olmadığını göstermektedir. Özetle, geçmiş verilerin gelecekteki fiyat hareketlerini tahmin etmek için bir araç olarak kullanılabileceği sonucuna varabiliriz. Bu sonuçlar, daha önce yürütülen çalışmalarla da uyumlu bir şekilde, örneğin Zeren vd. (2013), Bektur ve Aydın (2019), Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2020), Onur (2021), Özdemir (2022) ve Taşkiran ile Altuntaş'ın (2022) çalışmalarıyla örtüşmektedir.

Bu sonuçlar doğrultusunda, XU-30 ve XU-100 endeks serilerinin durağan bir yapıda olmadığı görülmektedir. Durağan bir yapıya sahip olmayan seriler, rasgele yürüyüş teorisi ile uyumlu değildir. Zayıf formda etkin olmayan piyasalarda,

piyasadaki tüm bilgilerin fiyatlara tam olarak yansımadığına işaret edilmektedir. Bu bağlamda, geçmiş fiyat hareketlerine dayanarak piyasadaki normal-üstü getiri elde etmenin mümkün olduğu sonucuna varabiliriz. Bu bulgular, yatırımcıların geçmiş verilere dayalı analizler yaparak gelecekteki fiyat hareketlerini tahmin etme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Bektur, Ç., & Aydın, M. (2019). Borsa İstanbul ve Alt Endekslerinde Zayıf Formda Piyasa Etkinliğinin Analizi: Fourier Yaklaşımı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 14(2), 59-76.
- Ergör, Z., B. (2013). *Efficient Market Hypothesis: New Evidence from Euro Area Countries*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çankaya Üniversitesi, Ankara.
- Eyüboğlu, K., & Eyüboğlu, S. (2020). Borsa İstanbul sektör endekslerinin etkinliğinin Fourier birim kök testleri ile analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (29), 23-44.
- Fama, Eugene F. (1970). Efficient capital markets: a review of theory and empirical work, *Journal of Finance*, 25 (2), 383-417.
- Karan, M., B. (2004). *Yatırım analizi ve portföy yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Onur, O. (2021). BİST-100 endeksinde doğrusal ve doğrusal olmayan yöntemlerle zayıf formda piyasa etkinliğinin testi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 5(1), 107-123.
- Özdemir, M. (2022). Etkin piyasa hipotezinin yapısal kırılmalı ve doğrusal olmayan birim kök testleri ile analizi: borsa

istanbul üzerine bir uygulama. *Ekoist: Journal of Econometrics and Statistics*, (37), 257-282.

Snopek, L. (2011). *The Complete guide to portfolio construction and managemet*. İngiltere: John Wiley and Sons Ltd.

Taşkıran, F., & Altuntaş, S. T. (2022). Borsa İstanbul'un Zayıf Formda Etkinliğinin Testi. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 33-53.

Waheed, M., Alam, T., & Ghauri, S. P. (2006). Structural breaks and unit root: evidence from Pakistani macroeconomic time series. *Available at SSRN* 963958.

Zeren, F., Hakan, K., & Ayşe, A. (2013). Piyasa etkinliği hipotezi: İMKB için ampirik bir analiz. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (36).

Zivot, E., & Andrews, D. W. (1992). Further evidence on the great crash, the oil-price shock, and the unit-root hypothesis. *Journal of Business & Economic Statistics*, 251-270.

FİNNET İLAÇ VE SAĞLIK ENDEKSİNDEKİ İŞLETMELERİN FİNANSAL PERFORMANSLARININ ENTROPİ VE GRİ İLİŞKİ ANALİZİ YÖNTEMLERİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Emre ARSLAN¹

1. GİRİŞ

Finansal performans, bir işletmenin başarısını değerlendirmek için önemli bir göstergedir ve işletmenin finansal kaynaklarını etkili bir şekilde nasıl kullandığını gösterir. Finansal performansın ölçülmesi, birden fazla kriteri içeren karmaşık bir karar verme sürecini içerir ve bu nedenle finansal performansı değerlendirmek için genellikle çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılır.

Bu araştırmada, FİNNET İlaç ve Sağlık Endeksi'nde bulunan işletmelerin finansal performanslarını değerlendirmek için çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılmıştır. İlk olarak, finansal performans kriterlerini belirlemek ve bu çalışmanın literatürdeki yeri hakkında bilgi edinmek amacıyla kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Belirlenen performans kriterleri için kriter ağırlıkları, objektif bir yöntem olan Entropi yöntemi kullanılarak hesaplanmıştır. Entropi yöntemi, kriter ağırlıklarını hesaplamak için subjektif değerlendirmeye ihtiyaç duymadan ve yeterli karar matrisi verileri mevcut olduğu için tercih edilmiştir.

¹ Öğr. Gör. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Gemerek MYO, Finans-Bankacılık Bölümü, earslan@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1035-0050.

İşletmelerin finansal performans değerleri ve sıralamaları, Gri İlişkisel Analiz (GİA) yöntemi kullanılarak elde edilmiştir.

Araştırmanın başlangıcında, literatür taraması gerçekleştirilmiş ve daha sonra Entropi ve GİA yöntemlerinin kullanımı açıklanmıştır. Bu yöntemlerin uygulanma adımları da ayrıntılı bir şekilde belirtilmiştir. Teorik açıklamaların ardından, yöntemler pratikte uygulanmıştır. Araştırmanın son aşamasında ise elde edilen bulgular tartışılmış ve çalışma sonlandırılmıştır.

2. VERİ VE METODOLOJİ

2.1. Veri

Çalışmada FİNNET 2000+ tarafından oluşturulan İlaç ve Sağlık Endeksinde yer alan işletmeler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. İlaç ve Sağlık Sektörü Endeksinde Yer Alan İşletmeler

Sıra	BIST Kodu	Firma Adı
1	ANGEN	Anatolia Tanı ve Biyoteknoloji Ürünleri Araştırma Geliştirme Sanayi ve Ticaret A.Ş.
2	DEVA	Deva Holding A.Ş.
3	ECILC	Eczacıbaşı İlaç Ticaret A.Ş.
4	EGEPO	Nasmed Özel Sağlık Hizmetleri Ticaret A.Ş.
5	GENIL	Gen İlaç ve Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
6	LKMNH	Lokman Hekim Engürüsağ Sağlık Turizm Eğitim Hizmetleri ve İnşaat Taahhüt A.Ş.
7	MEDTR	Meditera Tıbbi Malzeme Sanayi ve Ticaret A.Ş.
8	MPARK	MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.
9	RTALB	RTA Laboratuvarları Biyolojik Ürünler İlaç ve Makine San.Tic. A.Ş.
10	SELEC	Selçuk Ecza Deposu Ticaret ve Sanayi A.Ş.
11	SEYKM	Seyitler Kimya Sanayi A.Ş.
12	TARKM	Tarkim Bitki Koruma Sanayi ve Ticaret A.Ş.
13	TNZTP	Tapdi Oksijen Özel Sağlık ve Eğitim Hizmetleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
14	TRILC	Türk İlaç ve Serum Sanayi A.Ş.

Analiz çalışması kapsamında, 2018-2022 yıllarını içeren döneme ait verileri sunan FİNNET şirketi tarafından sağlanan bir veri seti kullanılmıştır. Finansal performansın değerlendirilmesi

için kullanılan kriterler, hem literatür taraması hem de sektördeki finansal uzmanların görüşlerine dayanarak belirlenmiştir. Bu çalışmanın içinde ele alınan performans değerlendirme kriterleri şunlardır: aktif karlılık, öz kaynak karlılık oranı, alacak devir hızı, stok devir hızı, cari oran, nakit oranı, kısa vadeli borçların toplam borca oranı ve kısa vadeli borçların toplam aktiflere oranıdır. Bu kriterlere ait ayrıntılı tanımlamalar Tablo 2'de sunulmuştur. Tablo 2, karar vericilerin amaçlarına göre değeri maksimize etmek istedikleri değerlendirme kriterlerini "Max" sembolü ile gösterirken, değeri minimize etmek istedikleri kriterleri ise "Min" sembolü ile ifade etmektedir.

Tablo 2. Değerlendirme Kriterleri ve Formüller

Sıra	Seçilen Kriterler	Formül	Amaç	Kod
1	Aktif Karlılığı	$\text{Net Kar} / \text{Toplam Aktifler}$	Max	ROA
2	Öz Kaynak Karlılığı	$\text{Net Kar} / \text{Öz sermaye}$	Max	ROE
3	Alacak Devir Hızı	$\text{Net Satışlar} / \text{Ticari Alacaklar}$	Max	ADH
4	Stok Devir Hızı	$\text{STMM} / \text{Stoklar}$	Max	SDH
5	Cari Oran	$\text{Dönen Varlıklar} / \text{Kısa Vadeli Borçlar}$	Max	CO
6	Nakit Oranı	$(\text{Kasa} + \text{Menkul Kıymetler}) / \text{KVB}$	Max	NO
7	KVB/TB	$\text{Kısa Vadeli Borç} / \text{Toplam Borç}$	Min	KVB/TB
8	KVB/TA	$\text{Kısa Vadeli Borç} / \text{Toplam Aktifler}$	Min	KVB/TA

2.2. Metodoloji

2.2.1. Entropi Ağırlıklandırma Yöntemi

Entropi kavramı, 1865 yılında Clausius tarafından termodinamikte düzensizlik ve dağılımın bir ölçütü olarak tanıtılmıştır. Entropi yöntemi, literatürde objektif ağırlık hesaplaması yöntemleri kategorisine dahil edilir (Ayçin, 2020, s. 132). Bu yöntem, alt kriterlerin ağırlıklarını hesaplamak için kullanılır ve çok kriterli karar verme süreçlerinde objektif bir değerlendirme sağlar. Bir kriter için hesaplanan yüksek entropi değeri, alternatifler arasındaki küçük farklardan kaynaklanır ve bu durum, ilgili kriterin karar verme sürecine çok az katkı sağladığını ve bu nedenle entropi ağırlığının düşük bir değere

sahip olduğunu gösterir (Altan, 2020, ss. 199-200; Ayçin, 2020, ss. 133-134).

2.2.2. Gri İlişkisel Analiz Yöntemi

Gri ilişkisel analiz, çok kriterli karar verme problemlerini çözmek için sıkça kullanılan bir yöntemdir ve gri sistem teorisi altında geliştirilmiştir. Gri sistem teorisi, sayısal olmayan belirsizlikleri ele almak amacıyla Profesör Julong Deng tarafından 1982 yılında geliştirilmiş bir matematiksel modeldir (Öksüzkaya, 2020, s. 163). Deng'in bu teoriyi geliştirme amacı, belirsizlik, eksik bilgi ve yetersiz veri gibi konuları ele alarak nicel analizler yapabilmek için bir çerçeve sunmaktır. Gri sistem teorisi, gri ilişkiler, gri elementler ve gri sayılar gibi kavramları içerir ve bu kavramlar, bir sistemin, ekonominin veya hatta bir insan vücudunun davranışını anlamak ve açıklamak için kullanılır. Deng, bu sistemle belirsizlik içeren bilgiyi nicel analize tabi tutarak, sosyal bilimler ve doğa bilimleri gibi farklı disiplinler arasında bir köprü oluşturmayı hedefler (Özdağoğlu ve Gümüş, 2017, s. 290-291). Bu nedenle, gri sistem teorisi ve gri ilişkisel analiz, karmaşık çok kriterli karar verme problemlerini daha anlaşılır ve yönetilebilir hale getirme konusunda önemli bir role sahiptir.

Gri İlişkisel Analiz (GİA), eksik veya yetersiz bilgiye sahip karar verme problemleriyle başa çıkmak, bu problemleri seçmek, sıralamak ve sınıflandırmak için kullanılan birçok kriterli karar verme yöntemidir. GİA, gri ilişkisel dereceleri kullanarak iki karar dizisi arasındaki nitel ve nicel ölçüleri ifade eder ve bu dereceler 0 ile 1 arasında değerler alır. Bu yöntem, faktörler arasındaki ilişkilerin karmaşıklığının arttığı karar problemleri için özellikle kullanışlıdır. Bu nedenle, çok çeşitli çok kriterli karar verme problemlerini çözmek için bütünlük bir model olarak kullanılabilir. GİA'nın avantajları arasında, küçük bir veri setinin kullanımının yeterli olması, hesaplamaların basit

olması ve özel bir yazılım programına ihtiyaç duyulmaması bulunur (Turhan ve Aydemir, 2021, s. 199). Bu özellikler, GİA'nın pratikte yaygın bir şekilde kullanılmasını kolaylaştırır ve karar verme süreçlerinde belirsizlik ve eksik bilgi durumlarına etkili bir şekilde yanıt vermesine olanak tanır.

3. UYGULAMA

Bu bölümde, çalışmada değerlendirme kriterlerinin önem ağırlıklarının belirlenmesinde kullanılan Entropi yöntemi ve performans ölçümünde kullanılan Gri İlişkisel Analiz yöntemi uygulanarak elde edilen sonuçlara odaklanılacaktır.

3.1.Entropi Yöntemi ile Değerlendirme Kriterlerinin Ağırlık Değerlerinin Belirlenmesi

Bu bölümde, ilk olarak Entropi yöntemi kullanılarak tespit edilen değerlendirme kriterlerine ait önem katsayıları belirlenecektir. Ayrıca, çalışma birden fazla dönemi kapsadığı için, bu bölümde yalnızca 2018 yılına ilişkin sonuçlar örnek olarak sunulacaktır. Finnet İlaç ve Sağlık sektörü endeksinde bulunan on dört işletmenin, 2018-2022 yılları Aralık dönemine ait en güncel finansal tabloları incelenmiş ve her bir kriter için ilgili değerler hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar sonucunda elde edilen veriler, karar matrisi olarak Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Karar Matrisi

İşletme/Kriter	CO	NO	ROA	ROE	KVB/TA	KVB/TB	ADH	SDH
ANGEN	1,56	0,14	4,37	9,88	32,60	62,96	2,11	10,72
DEVA	1,65	0,21	9,32	20,18	35,01	63,35	2,85	1,50
ECILC	3,77	2,57	5,79	6,42	5,42	52,71	3,95	6,18
GENIL	1,12	0,03	1,43	5,30	57,50	79,08	14,97	10,19
LKMNH	0,71	0,01	3,22	13,43	50,32	71,14	4,73	12,96
MEDTR	2,53	0,23	6,14	22,83	29,81	63,60	2,43	2,67
MPARK	0,98	0,15	-4,28	-52,03	46,58	56,66	3,73	34,43
EGEPO	1,29	0,34	6,03	9,47	8,77	24,14	8,03	34,64
RTALB	4,96	0,93	3,42	3,87	10,09	95,26	2,40	3,31
SELEC	1,48	0,05	6,77	16,94	59,99	97,81	3,50	9,22
SEYKM	5,69	0,31	10,74	12,21	10,25	79,09	4,69	3,43
TNZTP	1,24	0,56	4,00	7,15	31,32	71,05	4,95	6,28

TARKM	1,36	0,02	9,64	29,52	66,62	98,91	4,02	0,76
TRILC	0,95	0,07	9,21	26,04	53,34	79,51	1,77	5,29

Karar matrisinin oluşturulmasının ardından, ilk adım olarak Entropi yöntemi kullanılarak kriter ağırlıkları belirlenecektir. Ancak Tablo 3'te yer alan ROA (Aktif Karlılık) ve ROE (Öz Kaynak Karlılığı) kriterlerinde negatif değerlerin bulunması, analizin doğru sonuçlar vermesi için bu verilerin pozitif hale getirilmesini gerektirir. Bu amaçla veriler düzeltilerek düzenlenmiş karar matrisi Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Düzenlenmiş Karar Matrisi

İşletme/Kriter	CO	NO	ROA	ROE	KVB/TA	KVB/TB	ADH	SDH
ANGEN	1,56	0,14	2,20	3,19	32,60	62,96	2,11	10,72
DEVA	1,65	0,21	3,46	3,72	35,01	63,35	2,85	1,50
ECILC	3,77	2,57	2,56	3,01	5,42	52,71	3,95	6,18
GENIL	1,12	0,03	1,45	2,95	57,50	79,08	14,97	10,19
LKMNH	0,71	0,01	1,91	3,37	50,32	71,14	4,73	12,96
MEDTR	2,53	0,23	2,65	3,86	29,81	63,60	2,43	2,67
MPARK	0,98	0,15	0,00	0,00	46,58	56,66	3,73	34,43
EGEPO	1,29	0,34	2,63	3,17	8,77	24,14	8,03	34,64
RTALB	4,96	0,93	1,96	2,88	10,09	95,26	2,40	3,31
SELEC	1,48	0,05	2,81	3,55	59,99	97,81	3,50	9,22
SEYKM	5,69	0,31	3,82	3,31	10,25	79,09	4,69	3,43
TNZTP	1,24	0,56	2,11	3,05	31,32	71,05	4,95	6,28
TARKM	1,36	0,02	3,54	4,20	66,62	98,91	4,02	0,76
TRILC	0,95	0,07	3,43	4,02	53,34	79,51	1,77	5,29

Karar matrisindeki değerler düzenlendikten sonra, Tablo 4'te gösterilen karar matrisi normalize edilir. Normalize edilen karar matrisi Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Normalize Karar Matrisi

İşletme/Kriter	CO	NO	ROA	ROE	KVB/TA	KVB/TB	ADH	SDH
ANGEN	0,05	0,03	0,06	0,07	0,07	0,06	0,03	0,08
DEVA	0,06	0,04	0,10	0,08	0,07	0,06	0,04	0,01
ECILC	0,13	0,46	0,07	0,07	0,01	0,05	0,06	0,04
GENIL	0,04	0,00	0,04	0,07	0,12	0,08	0,23	0,07
LKMNH	0,02	0,00	0,06	0,08	0,10	0,07	0,07	0,09
MEDTR	0,09	0,04	0,08	0,09	0,06	0,06	0,04	0,02
MPARK	0,03	0,03	0,01	0,01	0,09	0,06	0,06	0,24
EGEPO	0,04	0,06	0,08	0,07	0,02	0,02	0,13	0,24
RTALB	0,17	0,17	0,06	0,07	0,02	0,10	0,04	0,02
SELEC	0,05	0,01	0,08	0,08	0,12	0,10	0,05	0,07
SEYKM	0,19	0,06	0,11	0,07	0,02	0,08	0,07	0,02
TNZTP	0,04	0,10	0,06	0,07	0,06	0,07	0,08	0,04
TARKM	0,05	0,00	0,10	0,09	0,13	0,10	0,06	0,01
TRILC	0,03	0,01	0,10	0,09	0,11	0,08	0,03	0,04

Bir sonraki aşamada Tablo 5'te gösterilen normalize edilmiş değerler (p_{ij}) ile bu değerlerin logaritma değerleri ($\ln(p_{ij})$) birbirleriyle çarpılıp, toplanmalıdır. Bir diğer değer olan k değeri ise karar alternatifi sayısının logaritması alınarak hesaplanmaktadır. Uygulamada on dört işletme yer aldığından bu değer, $k=(\ln(m))^{-1}$ formülünden yararlanılarak $k=(\ln(14))^{-1}=0,3789232$ olarak hesaplanır. Elde edilen Entropi değerleri (e_j) Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Entropi Değerlerinin Elde Edilmesi

İşletme/ Kriter	CO	NO	ROA	ROE	KVB/ TA	KVB/ TB	ADH	SDH
ANGEN	-0,16	-0,09	-0,18	-0,19	-0,18	-0,17	-0,11	-0,20
DEVA	-0,16	-0,12	-0,23	-0,21	-0,19	-0,18	-0,14	-0,05
ECILC	-0,26	-0,36	-0,19	-0,18	-0,05	-0,16	-0,17	-0,14
GENIL	-0,12	-0,02	-0,13	-0,18	-0,25	-0,20	-0,34	-0,19
LKMNH	-0,09	-0,01	-0,16	-0,20	-0,23	-0,19	-0,19	-0,22
MEDTR	-0,21	-0,13	-0,20	-0,21	-0,17	-0,18	-0,12	-0,07
MPARK	-0,11	-0,10	-0,05	-0,05	-0,22	-0,16	-0,17	-0,34
EGEPO	-0,14	-0,17	-0,20	-0,19	-0,07	-0,09	-0,26	-0,34
RTALB	-0,30	-0,30	-0,16	-0,18	-0,08	-0,22	-0,12	-0,09
SELEC	-0,15	-0,04	-0,20	-0,20	-0,26	-0,23	-0,16	-0,18
SEYKM	-0,32	-0,16	-0,24	-0,19	-0,08	-0,20	-0,19	-0,09
TNZTP	-0,13	-0,23	-0,17	-0,18	-0,17	-0,19	-0,20	-0,14
TARKM	-0,14	-0,02	-0,23	-0,22	-0,27	-0,23	-0,17	-0,03
TRILC	-0,11	-0,05	-0,23	-0,22	-0,24	-0,20	-0,10	-0,12
$\ln(m)$	0,3789 232							
e_j	0,9159 745	0,684 265	0,9759 113	0,9866 355	0,9298 131	0,9844 715	0,9273 246	0,8323 495

Entropi değerleri elde edildikten sonra, farklılaşma dereceleri (d_j) hesaplanır. Daha sonra, her bir kriterin farklılaşma derecesi toplam farklılaştırma derecesine oranlanarak kriter ağırlıkları (w_j) hesaplanır. Bu işlem sonucunda elde edilen kriter ağırlıkları Tablo 7'de gösterilen şekilde sunulmuştur.

Tablo 7. Entropi Yöntemiyle Hesaplanan Kriter Ağırlıkları

İşletme/ Kriter	CO	NO	ROA	ROE	KVB/ TA	KVB/ TB	ADH	SDH
d_j	0,0840 255	0,3157 35	0,0240 887	0,0133 645	0,0701 869	0,0155 285	0,0726 754	0,1676 505
w_j	0,1100 884	0,4136 691	0,0315 605	0,0175 098	0,0919 574	0,0203 451	0,0952 177	0,2196 52

3.2.Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile Finansal Performansın Belirlenmesi

Entropi tekniği ile kriter ağırlıkları hesaplandıktan sonrasında, işletmelerin finansal performansları Gri İlişkisel Analiz metodunu kullanarak değerlendirilecektir. Bu prosedürün ilk evresinde, düzenlenmiş karar matrisi Tablo 4'ten türetilen bilgilere dayanacaktır. Referans veri eklenerek, kriterlerin yönleri saptandıktan sonra, Gri İlişkisel Analiz uygulanması için Tablo 8 gibi bir karar matrisi oluşturulacaktır. Bu uygulama sürecinde, karar matrisindeki her bir kriter için en üstün değerler göz önünde bulundurularak referans serisi oluşturulmuştur. Kriterlerin yönleri, Tablo 2'de verilen kriter tanımlamaları ve değerlendirmelerine uygun olarak belirlenmiştir. Bu sayede, işletmelerin finansal performansları, Gri İlişkisel Analiz yöntemi ile daha ayrıntılı bir biçimde değerlendirilmesine yönelik hazırlık aşamaları tamamlanmıştır.

Tablo 8. Referans Serinin Karar Matrisine Eklenmesi (2018)

Kriterler	CO	NO	ROA	ROE	KVB/TA	KVB/TB	ADH	SDH
İşletme/Kriter Yönü	max	max	max	max	min	min	max	max
Referans Seri	5,69	2,57	3,82	4,20	5,42	24,14	14,97	34,64
ANGEN	1,56	0,14	2,20	3,19	32,60	62,96	2,11	10,72
DEVA	1,65	0,21	3,46	3,72	35,01	63,35	2,85	1,50
ECILC	3,77	2,57	2,56	3,01	5,42	52,71	3,95	6,18
GENIL	1,12	0,03	1,45	2,95	57,50	79,08	14,97	10,19
LKMNH	0,71	0,01	1,91	3,37	50,32	71,14	4,73	12,96
MEDTR	2,53	0,23	2,65	3,86	29,81	63,60	2,43	2,67
MPARK	0,98	0,15	0,00	0,00	46,58	56,66	3,73	34,43
EGEPO	1,29	0,34	2,63	3,17	8,77	24,14	8,03	34,64
RTALB	4,96	0,93	1,96	2,88	10,09	95,26	2,40	3,31
SELEC	1,48	0,05	2,81	3,55	59,99	97,81	3,50	9,22
SEYKM	5,69	0,31	3,82	3,31	10,25	79,09	4,69	3,43
TNZTP	1,24	0,56	2,11	3,05	31,32	71,05	4,95	6,28
TARKM	1,36	0,02	3,54	4,20	66,62	98,91	4,02	0,76
TRILC	0,95	0,07	3,43	4,02	53,34	79,51	1,77	5,29

Bir sonraki aşamada, maksimizasyon yönlü kriterler ve minimizasyon yönlü kriterler için normalizasyon işlemi gerçekleştirilir. Normalize edilmiş karar matrisi Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9. Normalize Edilmiş Karar Matrisi

Kriterler	CO	NO	ROA	ROE	KVB/TA	KVB/TB	ADH	SDH
İşletme/Kriter Yönü	max	max	max	max	min	min	max	max
Referans Seri	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
ANGEN	0,17	0,05	0,58	0,76	0,56	0,48	0,02	0,29
DEVA	0,19	0,08	0,91	0,89	0,52	0,48	0,07	0,02
ECILC	0,61	1,00	0,67	0,72	1,00	0,62	0,15	0,16
GENIL	0,08	0,01	0,38	0,70	0,15	0,27	1,00	0,27
LKMNH	0,00	0,00	0,50	0,80	0,27	0,37	0,20	0,35
MEDTR	0,37	0,09	0,69	0,92	0,60	0,47	0,04	0,06
MPARK	0,05	0,05	0,00	0,00	0,33	0,57	0,13	0,97
EGEPO	0,12	0,13	0,69	0,75	0,95	1,00	0,42	1,00
RTALB	0,85	0,36	0,51	0,69	0,92	0,05	0,04	0,07
SELEC	0,15	0,02	0,74	0,85	0,11	0,01	0,12	0,24
SEYKM	1,00	0,12	1,00	0,79	0,92	0,27	0,20	0,08
TNZTP	0,11	0,21	0,55	0,73	0,58	0,37	0,21	0,16
TARKM	0,13	0,00	0,93	1,00	0,00	0,00	0,15	0,00
TRILC	0,05	0,02	0,90	0,96	0,22	0,26	0,00	0,13

Normalize edilmiş karar matrisi elde edildikten sonra, referans serinin normalize değerleri ile matriste yer alan normalize değerler arasındaki farklar hesaplanır. Hesaplanan değerlerden oluşan fark matrisi Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10. Fark Matrisi

İşletme/Kriter	CO	NO	ROA	ROE	KVB/TA	KVB/TB	ADH	SDH
ANGEN	0,83	0,95	0,42	0,24	0,44	0,52	0,98	0,71
DEVA	0,81	0,92	0,09	0,11	0,48	0,52	0,93	0,98
ECILC	0,39	0,00	0,33	0,28	0,00	0,38	0,85	0,84
GENIL	0,92	0,99	0,62	0,30	0,85	0,73	0,00	0,73
LKMNH	1,00	1,00	0,50	0,20	0,73	0,63	0,80	0,65
MEDTR	0,63	0,91	0,31	0,08	0,40	0,53	0,96	0,94
MPARK	0,95	0,95	1,00	1,00	0,67	0,43	0,87	0,03
EGEPO	0,88	0,87	0,31	0,25	0,05	0,00	0,58	0,00
RTALB	0,15	0,64	0,49	0,31	0,08	0,95	0,96	0,93
SELEC	0,85	0,98	0,26	0,15	0,89	0,99	0,88	0,76
SEYKM	0,00	0,88	0,00	0,21	0,08	0,73	0,80	0,92
TNZTP	0,89	0,79	0,45	0,27	0,42	0,63	0,79	0,84
TARKM	0,87	1,00	0,07	0,00	1,00	1,00	0,85	1,00
TRILC	0,95	0,98	0,10	0,04	0,78	0,74	1,00	0,87

Fark matrisi elde edildikten sonra, gri ilişkisel katsayı matrisi oluşturulacaktır. ζ parametresi literatürdeki birçok çalışmada olduğu gibi 0,5 olarak dikkate alınmıştır. Hesaplamalar sonucu elde edilen Gri İlişkisel Katsayı Matrisi Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Gri İlişkisel Katsayı Matrisi

İşletme/Kriter	CO	NO	ROA	ROE	KVB/TA	KVB/TB	ADH	SDH
ANGEN	0,38	0,35	0,54	0,67	0,53	0,49	0,34	0,41
DEVA	0,38	0,35	0,84	0,81	0,51	0,49	0,35	0,34
ECILC	0,56	1,00	0,60	0,64	1,00	0,57	0,37	0,37
GENIL	0,35	0,33	0,45	0,63	0,37	0,40	1,00	0,41
LKMNH	0,33	0,33	0,50	0,72	0,41	0,44	0,38	0,44
MEDTR	0,44	0,35	0,62	0,86	0,56	0,49	0,34	0,35
MPARK	0,35	0,35	0,33	0,33	0,43	0,53	0,37	0,95
EGEPO	0,36	0,36	0,61	0,67	0,90	1,00	0,46	1,00
RTALB	0,77	0,44	0,51	0,61	0,87	0,34	0,34	0,35
SELEC	0,37	0,34	0,65	0,76	0,36	0,34	0,36	0,40
SEYKM	1,00	0,36	1,00	0,70	0,86	0,40	0,38	0,35
TNZTP	0,36	0,39	0,53	0,65	0,54	0,44	0,39	0,37
TARKM	0,37	0,33	0,87	1,00	0,33	0,33	0,37	0,33
TRILC	0,34	0,34	0,83	0,92	0,39	0,40	0,33	0,37

Yöntemin son aşamasında, Gri İlişkisel Dereceler hesaplanarak işletmelerin finansal performanslarına göre sıralama yapılacaktır. Bu hesaplama için Tablo 7'de gösterilen Entropi yöntemi ile hesaplanan kriter ağırlıkları, Tablo 11'de gösterilen gri ilişkisel katsayılar ile çarpılacak ve toplanacaktır. Bu işlem sonucunda her bir işletme için gri ilişkisel dereceler hesaplanmış olacaktır. Hesaplanan değerler ve işletmelerin sıralaması, Tablo 12'de gösterilmiştir. Bu aşama, işletmelerin finansal performanslarını karşılaştırmak ve sıralamak için Gri İlişkisel Analiz yöntemini kullanarak objektif bir sonuca ulaşmayı sağlar.

Tablo 12. Gri İlişkisel Dereceler ve Sıralama

İşletmeler	r_{oi}	Sıralama
ANGEN	0,39	9
DEVA	0,39	10
ECILC	0,73	1
GENIL	0,43	6
LKMNH	0,38	11
MEDTR	0,40	8
MPARK	0,49	4
EGEPO	0,59	2
RTALB	0,49	5
SELEC	0,38	13
SEYKM	0,50	3
TNZTP	0,41	7
TARKM	0,37	14
TRILC	0,38	12

2018 yılı Aralık dönemi finansal tablo değerlerine dayalı olarak Finnet İlaç ve Sağlık sektörü endeksine dâhil olan işletmelerin finansal performansını değerlendiren uygulamanın sonuçları, Tablo 13'te sunulmuştur. Bu sonuçlara göre, Eczacıbaşı İlaç en yüksek finansal performansa sahip işletme olarak belirlenmiştir. Eczacıbaşı İlaç'ı sırasıyla Nasmed Özel Sağlık Hizmetleri ve Seyitler Kimya işletmeleri takip etmektedir. Tablo 14'te, 2018-2022 yılları için firmaların finansal performans skorları ve bu skorlara göre yapılan finansal performans sıralaması yer almaktadır. Tablo 13'teki bilgilere göre, ANGEN kodlu firma dışındaki yıllarda, diğer firmaların finansal açıdan en başarılı firma olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Tablo 13'teki sonuçlar incelendiğinde, diğer firmaların finansal performans sıralamasının yıllara göre değişkenlik gösterdiği görülmektedir.

Tablo 13. Tüm Yıllara İlişkin Tespit Edilen Performans Sıralamaları

	2018		2019		2020		2021		2022	
	PUAN	SIRA	PUAN	SIRA	PUAN	SIRA	PUAN	SIRA	PUAN	SIRA
ANGEN	0,394738	9	0,465597	5	0,817683	1	0,859264	1	0,790784	1
DEVA	0,392482	10	0,408681	9	0,38848	10	0,390192	10	0,362741	13
ECILC	0,726413	1	0,570215	3	0,498992	4	0,414842	5	0,408105	10
GENIL	0,429326	6	0,622565	1	0,658996	2	0,522216	2	0,53705	2
LKMNH	0,381436	11	0,374544	12	0,375819	11	0,40646	8	0,388886	11
MEDTR	0,399313	8	0,374978	11	0,396972	8	0,414169	7	0,413359	9
MPARK	0,490382	4	0,42193	8	0,449917	7	0,458218	4	0,451103	5
EGEPO	0,588732	2	0,572623	2	0,510746	3	0,464678	3	0,464332	3
RTALB	0,490007	5	0,530081	4	0,388953	9	0,388676	11	0,42741	7
SELEC	0,376052	13	0,379732	10	0,361879	12	0,358111	12	0,361906	14
SEYKM	0,504864	3	0,428169	7	0,477389	5	0,414691	6	0,444664	6
TNZTP	0,406087	7	0,458869	6	0,457207	6	0,397364	9	0,420407	8
TARKM	0,369338	14	0,35311	14	0,342464	14	0,349514	14	0,461607	4
TRILC	0,376304	12	0,354901	13	0,349551	13	0,357888	13	0,366859	12

Burada incelenen dönemin geneli için bir sıralama yapmak adına sıra serilerinin geometrik ortalaması alınmış ve bu hesaplamalara ilişkin sonuçlar Tablo 14'te sunulmuştur. Buna göre çalışmanın kapsadığı dönem itibarıyla en başarılı firmanın 2,141127 değeri ile ANGEN bununla beraber en başarısız firmanın ise 12,59037 değeri ile TRILC olduğu ifade edilebilir.

Tablo 14. Finansal Performans Sıralamalarının Geometrik Ortalaması

FİRMA	PERFORMANS SIRA
ANGEN	2,141127
DEVA	10,318990
ECILC	3,594432
GENİL	2,168944
LKMNH	10,502432
MEDTR	8,499290
MPARK	5,373480
EGEPO	2,550849
RTALB	6,735233
SELEC	12,125140
SEYKM	5,193957
TNZTP	7,107987
TARKM	10,897188
TRILC	12,590370

4. SONUÇ

Bu araştırmada, işletme performansının finansal yönden değerlendirilmesi amacıyla Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemleri kullanılmıştır. Bu bağlamda, FİNNET İlaç ve Sağlık Endeksine dâhil olan işletmelerin finansal performansları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Uzman görüşmeleri sonucunda belirlenen en uygun kriterler şunlardır: aktif karlılık, öz kaynak karlılık, alacak devir hızı, stok devir hızı, cari oran, nakit oran, kısa vadeli borçların toplam borca oranı (KVB/TB) ve kısa vadeli borçların toplam aktiflere oranı (KVB/TA). Bu kriterlere ait ağırlıklar objektif bir yöntem olan Entropi ile hesaplanmıştır. Entropi yöntemi ile elde edilen sonuçlara göre, kriterlerin önem sırası şu şekildedir: nakit oranı, stok devir hızı ve cari oran en önemli kriterlerken, alacak devir hızı, KVB/TA, aktif karlılığı, KVB/TB ve öz kaynak karlılığı en az önemli kriterlerdir.

Entropi yöntemi ile kriter ağırlıkları hesaplandıktan sonra Gri İlişkisel Analiz (GİA) yöntemi ile işletmelerin finansal performans sıralamaları elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, finansal performansı en yüksek işletmeler sırasıyla Anatolia Tanı ve Biyoteknoloji Ürünleri Araştırma Geliştirme Sanayi ve

Ticaret A.Ş., Gen İlaç ve Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve Nasmed Özel Sağlık Hizmetleri Ticaret A.Ş. olarak belirlenmiştir.

FİNNET İlaç ve Sağlık endeksinde yer alan ve finansal performansı düşük olan işletmeler için bu sonuçlar, nakit oranı, stok devir hızı ve cari oranlar gibi kriterlerin gözden geçirilip bu olumsuzlukların düzeltilmesine yönelik öneriler geliştirilmesine yardımcı olabilir. Ayrıca, gelecekte yapılacak çalışmalarda, işletmelerin ve yatırımcıların geleceğe yönelik kararlarında etkili olan finansal performans değerlendirmelerinin, farklı sektörlerdeki işletmeler için farklı ÇKKV yöntemleri kullanılarak yapılabilmesi mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Altan, Ş. (2020). Maut ve Entropi Yöntemi. M. Atan ve Ş. Altan (Ed.), (1. bs., ss. 191-207). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ayçin, E. (2020). Çok Kriterli Karar Verme (2. bs.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Öksüzkaya, M. (2020). Gri İlişkisel Analiz (GİA). M. Atan ve Ş. Altan (Ed.), Örnek Uygulamalarla Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri içinde (1. bs., ss. 163-176). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Turhan, T. ve Aydemir, E. (2021). A Financial Ratio Analysis on BIST Information and Technology Index (XUTEK) Using AHP-weighted Grey Relational Analysis. Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi, 9(6), 195-209. doi:10.29130/dubited.1011252

COVID-19 PANDEMİSİNDE İSTİHDAMDAKİLERİN DURUMU

Aysun HIZIROĞLU AYGÜN¹

Selin KÖKSAL²

Gökçe UYSAL³

1. GİRİŞ

COVID-19 pandemisinin iktisadi etkilerinin en ağır hissedildiği piyasa işgücü piyasasıdır. Hanelerin birincil gelir kaynaklarının ücret gelirleri olduğu varsayılırsa hem arz yönlü hem talep yönlü gerçekleşen ekonomik daralma sonucu hanelerin gelir kaynaklarına erişimi kısıtlanmıştır. Bu açıdan işgücü piyasasının takibi, pandemi öncesinde kırılma olmamakla birlikte istihdam kayıplarıyla birlikte yoksun hale düşen hane halklarının takibi açısından önem arz etmektedir. Aynı zamanda kayıt dışı çalışanlar, kısa çalışma ödeneğinden faydalananlar, ücretsiz izne çıkarılanlar başta olmak üzere ücretli, maaşlı ve yevmiyeli çalışanlar arasında ücret kayıpları yaşanmış olması ve çalışma saatlerinde azalma beklenmektedir.

Pandeminin etkisinin işsizlik oranını iki farklı şekilde etkilemesi beklenir: istihdamın düşmesi ve işgücünün düşmesi. Normal koşullar altında, Türkiye'deki nüfusun nispeten genç olması sebebiyle, işgücü istikrarlı bir biçimde artar. Ancak pandemi süresince insanlar farklı sebeplerden iş aramayabilirler:

¹ Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi, aysunaygun@itu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4513-1859.

² Dr., University of Essex, selin.koksal@essex.ac.uk, ORCID: 0000-0003-0158-1348

³ Doç.Dr., gokce.uyssalkolasin@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3425-2006.

(a) İnsanlar iş bulamayacaklarını düşündükleri için iş aramayabilirler. Bu grup işgücü istatistiklerinde ümidi kırık işsizler başlığı altında takip edilmektedir. (b) Okulların kapatılmasıyla birlikte çocuk bakımının eve kayması, Türkiye’de özellikle kadınlar üzerindeki bakım sorumluluklarını artıracak ve işgücüne katılımı düşürecektir. (c) COVID-19 ya da başka hastalıklar sebebiyle sağlığı bozulan hane bireylerine bakım sağlama, hanedeki (geçici de olsa) bağımlı kişi sayısını artıracak, dolayısıyla yine kadınları görece daha çok olmakla birlikte hanedeki bireylerin işgücüne katılımını olumsuz etkileyecektir. Diğer taraftan hane gelirlerinin düşmesine paralel olarak ek çalışan etkisi de devreye girebilir. Hanede çalışma çağında ancak işgücü piyasasında inaktif olan bireylerin, özellikle tedbirlerin gevşetilmesiyle birlikte işgücüne girmeleri muhtemeldir.

Mart ayının ortasında başlayan sosyal mesafelendirme önlemleri iktisadi faaliyeti kısıtladığı oranda firmaların işgücü talebini de düşürmüştür. 7244 Sayılı Kanun ile kayıtlı istihdam edilen bireylerin işten çıkarılması durdurulmuş olmakla birlikte ücretsiz izne çıkarılmalarının önü açılmıştır. Ayrıca söz konusu Kanun sadece kayıtlı istihdam üzerinde bağlayıcıdır. Kayıt dışı istihdam kayıplarına karşı herhangi bir önlem alınamamaktadır. Dolayısıyla kayıt dışı çalışanlar arasında önemli boyutta istihdam kayıpları oluşmuştur.

Sosyal mesafelendirme önlemlerinin sıkı bir şekilde uygulandığı aylarda bazı kişiler evden çalışmaya devam ederken bazı meslekler bu imkandan faydalanamamıştır. Aynı zamanda evde çocuk ve hasta bakımı, çocukların uzaktan eğitiminin takibi gibi sorumlulukların artması ile birlikte istihdamdaki bireylerin çalışma saatlerinin etkilenmiş olması da söz konusudur.

Bu bağlamda işgücüne pandeminin etkisinin mümkün olduğu kadar ayrıntılı bir şekilde ve düzenli olarak kaydedilmesi gereği oluşmuştur. Bunun yanı sıra, hanelerin istihdam ve gelir

kayıplarını önlemek için politika yapıcılar tarafından çeşitli mekanizmalar devreye sokulmuştur (kısa çalışma ödeneği, nakdi ücret yardımı, işten çıkarma yasağı, doğrudan gelir desteği gibi). Bu mekanizmaların kişilerin işgücü durumlarını ne oranda etkilediği de takip edilmelidir.

TÜBİTAK tarafından 120K577 numaralı proje ile desteklenen bu çalışmada COVID-19 salgınının işgücü piyasasında yarattığı değişikliklerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda hazırlanan anket soru kâğıdı, iki dalga halinde uygulanmıştır. 1 Haziran 2020 tarihinden itibaren salgına yönelik önlemlerinin gevşetilmesini müteakip, anketin sosyal mesafelendirme önlemlerine uygun şekilde yüz yüze uygulanmasına karar verilmiştir. Anket uygulamasının ilk dalgası Eylül ayının ilk haftasında tamamlanmıştır. Hane halklarının COVID-19 salgındaki işgücü durumları, gelir kayıpları ve hane içi üretimlerine odaklanan bu anket için HCOVIDA kısaltması kullanılmaktadır. Bu çalışma salgının ilk etkilerini gözlemleyebilmek amacıyla HCOVIDA Eylül verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Anketin ana amacı Mart ayının ortasından Eylül 2020'ye kadarki süreçte katılımcı her bir bireyin iktisadi tarihçesini ortaya koymak yerine her bir bireyin salgın sebebiyle etkilenmiş olabilecek işgücü ve gelir durumları ile hane içi üretim düzenlerine odaklanmaktadır. Bu kapsamda üç farklı zaman dilimine dair sorular sorulmuştur: (1) Salgından önceki işgücü ve gelir durumu tespit etmek amacıyla Şubat ayı (2) Salgın sebebiyle hanelerin tecrübe ettikleri iktisadi olaylar (3) Mevcut işgücü ve gelir durumu tespit etmek amacıyla anket uygulamasının yapıldığı ay.

Her bir dalgada 1500 kişi ile anket yapılmaktadır. Bu örneklem boyutu yüzde 95 güven aralığında yüzde 2,5 hata payı içermektedir. Örneklemin temsil gücünün perçinlenmesi

amacıyla, anket verilerinden elde edilen Şubat ayındaki işgücü dağılımı, TÜİK tarafından toplanan Hane halkı İşgücü Anketi (HİA) Şubat 2020 verilerindeki dağılımı yansıtacak şekilde ağırlıklandırılmıştır.

2. HCOVIDA-HİA KARŞILAŞTIRMASI

Tablo 1’de HİA Şubat 2020 makro verisinden elde edilen yaş ve işgücü durumu açısından sınıflandırılmış istatistikler verilmektedir. HCOVIDA bünyesinde toplanan Şubat ayı işgücü verileri, ağırlık kullanılmadığında istihdam oranları nispeten yüksek, işsiz ve özellikle de inaktif oranları nispeten düşük görünmektedir. Yaş grupları ve Şubat ayı işgücü durumlarını kullanarak yaptığımız ağırlıklandırma sonucu da yine Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Anket Karşılaştırması (Şubat 2020’deki İşgücü Durumuna Göre)

Yaş grupları	İstihdam / 15+			İşsiz / 15+			İnaktifler / 15+		
	HİA Şubat 2020	HCOVIDA -Ağırlıksız	HCOVIDA -Ağırlıklı	HİA Şubat 2020	HCOVIDA -Ağırlıksız	HCOVIDA -Ağırlıklı	HİA Şubat 2020	HCOVIDA -Ağırlıksız	HCOVIDA -Ağırlıklı
15-19	18,8	19,1	18,7	5,0	16,2	4,4	76,3	64,8	76,8
20-24	41,0	53,1	41,0	14,4	19,4	13,6	44,6	27,4	45,4
25-29	54,5	82,2	54,6	12,7	8,9	12,6	32,8	8,9	32,8
30-34	59,2	73,9	59,2	8,9	7,4	8,9	31,9	18,8	31,9
35-39	61,5	76,2	61,5	7,6	5,8	7,6	30,9	18,0	30,9
40-44	61,4	79,0	61,4	7,5	5,6	7,5	31,1	15,4	31,1
45-49	58,4	71,5	58,4	6,8	6,6	6,1	34,8	21,9	35,5
50-54	47,2	69,4	47,2	5,1	1,9	5,1	47,7	28,7	47,7
55-59	34,9	50,5	34,9	3,5	1,9	3,5	61,6	47,6	61,6
60-64	26,0	32,6	26,0	1,8	2,3	1,8	72,2	65,1	72,2
65+	10,1	12,5	10,1	0,2	1,0	0,1	89,7	86,5	89,8
TOPLAM	43,1	61,0	43,1	6,8	7,7	6,6	50,1	31,3	50,3

Not: Mevsim etkilerinden arındırılmamış istatistikler verilmektedir.

Tablo 2’de ise HİA Şubat 2020 ve HCOVIDA’dan elde edilen verilerle Şubat 2020’deki işteki durumun 15 yaş üzeri

nüfusa oranı karşılaştırılmaktadır. Temel işgücü göstergeleri açısından HCOVIDA'nın ülke genelinde temsiliyet gücü olan HİA Şubat ayı verilerini başarıyla taklit ettiği görülmektedir.

Tablo 2. İşteki Durumun Şubat 2020 HİA ve HCOVIDA Karşılaştırması (15 yaş üstü nüfusa oranla)

	HİA	HCOVIDA
Ücretli	30,2	30,5
Kendi hesabına	7,3	6,2
İşveren	2,0	4,3
Ücretsiz aile işçisi	3,6	2,1

Not: Mevsim etkilerinden arındırılmamış istatistikler verilmektedir.

Tablo 3, 3 aylık HİA verilerini HCOVIDA Eylül istatistikleri ile karşılaştırarak işteki duruma göre dağılımı, istihdama oranla göstermektedir. Buna göre istihdamdaki HCOVIDA katılımcıları arasında Eylül ayında ücretli çalışan bireylerin oranı yüzde 70'tir. Bu oran Temmuz ve Ağustos aylarında HİA'daki ücretli çalışan oranı ile neredeyse aynıdır. Kendi hesabına çalışan veya işveren olanların oranı HİA'da yüzde 20 civarı iken HCOVIDA'da yüzde 24 olmuştur. HCOVIDA'nın ücretsiz aile işçisi olduğunu söyleyen katılımcılarının oranı ise yüzde 5,1 ile HİA'dakinden daha düşüktür.⁴

⁴ İki anket soruların yapısı itibarıyla farklılıklar gösterir. Örneğin HİA'da işteki durum "İşveren" seçeneği ile ifade edilirken HCOVIDA'da bu seçenek "Kendi işimi yapıyorum, yanımda çalışan var." şeklinde bir ifade ile yer alır. Yine HİA'da "Kendi hesabına" seçeneği yerine HCOVIDA'da "Kendi işimi yapıyorum, yanımda çalışan yok." ifadesi yer alır. HİA'daki "Ücretsiz aile işçisi" yerine HCOVIDA'da "Aile içinde çalışıyorum." seçeneği vardır.

Tablo 3. İşteki Durumun Dağılımı: HİA Haziran-Ağustos ve HCOVIDA Eylül

	Ücretli / İstihdam	(Kendi hesabına + İşveren) /İstihdam	Ücretsiz aile işçisi / İstihdam	(Kendi hesabına+ ücretsiz aile işçisi + İşveren) /İstihdam
HİA Haziran 2020	69,1	20,9	10,1	30,9
HİA Temmuz 2020	69,1	20,5	10,4	30,9
HİA Ağustos 2020	69,0	20,5	10,5	31,0
HCOVIDA Eylül	70,7	24,1	5,1	29,2

Not: Mevsim etkilerinden arındırılmamış istatistikler verilmektedir.

Tablo 4’te eğitime göre işgücü durumuna yer verilmiştir. HCOVIDA Eylül ayında eğitim seviyesi lise ve üstü olanların istihdam oranını daha fazla, lise ve altı olanlarınkini ise daha düşük tahmin etmektedir. İşsizlik oranı da HCOVIDA’da yükseköğretim derecesine sahip bireylerde daha yüksektir. Ancak lise ve lise altı eğitim düzeyine sahip HCOVIDA katılımcılarının işsizlik oranı HİA Ağustos verilerine göre daha düşüktür.

Şubat ayı ile karşılaştırıldığında lise altı eğitimlilerin istihdam oranlarında yüzde 0,9 puanlık bir artış olduğu görülmektedir. Bu grubun işsizlik oranında ise yüzde 1,5 puanlık bir artış söz konusu olmuştur. Ancak not etmek gerekir ki HCOVIDA Şubat verileri lise altı eğitimlilerin işsizlik oranını yüzde 2,8 gibi bir oranla oldukça küçük tahmin etmiştir. Bu grubun iş gücüne katılma oranında ise yüzde 2,5 puanlık bir artış görülmüştür.

Lise altı eğitimlilerde olduğu gibi lise mezunlarının istihdam oranlarının arttığı gözlemlenmektedir. Şubat ayına kıyasla Eylül’de yüzde 2,6 puanlık bir artış söz konusu olmuştur. Lise mezunlarının işsizlik oranı neredeyse değişmezken iş gücüne katılma oranları pandemi esnasında pandemi öncesine göre yüzde 2,8 puan daha yüksek kaydedilmiştir. Pandemi esnasında meslek lisesi ve yükseköğretim mezunlarının istihdam oranlarında

sırasıyla yüzde 3,3 puan ve yüzde 2,1 puan olmak üzere düşüş yaşandığı göze çarpmaktadır. Bu grupların işsizlik oranları da Şubat'tan Eylül'e sırasıyla yüzde 2 ve yüzde 1 puanlık artış göstermiştir.

Tablo 4. Eğitime Göre İşgücü Durumunun 15 Yaş Üzeri Nüfusa Oranı

	İstihdam Oranı			İşsiz Oranı			İşgücüne Katılma Oranı		
	Ağust.	Şubat	Eylül	Ağust.	Şubat	Eylül	Ağust.	Şubat	Eylül
Lise Altı	36,8	28,4	29,3	4,9	2,8	4,3	41,7	31,1	33,6
Lise	42,6	47,7	50,3	8,0	8,0	8,2	50,6	55,7	58,5
Meslek Lisesi	53,1	67,3	64,0	9,3	5,3	7,3	62,4	72,6	71,3
Yüksek Öğretim	64,2	71,4	69,3	10,6	16,7	17,7	74,8	88,1	87,0

Not: Ağust.: Hanehalkı İşgücü Anketi Ağustos 2020 verileri, Şubat: HCOVIDA'nın Şubat 2020'ye dair sorularından elde edilen istatistikler, Eylül: HCOVIDA'nın anketin yapıldığı Eylül 2020'ye dair sorularından elde edilen istatistikler

3. İSTİHDAM

3.1.İstihdamdakilerin Ücretlerindeki Değişimler

Pandemi esnasında istihdamda olsa da iktisadi değişimler yaşayan aileleri ve eksik istihdamın yol açtığı işgücü ve gelir kaybını anlamak için istihdamdakilere Eylül ayındaki çalışma durumlarına dair detaylı birtakım sorular sorulmuştur.

Tablo 5, istihdamdakilere yönelik ücret değişikliklerini göstermektedir. Buna göre istihdamdakilerin yüzde 91,7'si Eylül ayında ücretinin, ya da yevmiyesinin tamamını aldığını ifade etmiştir. Ücretini eksik alanların oranı yüzde 4,4 olarak kaydedilmiştir. İstihdamdakilerin yüzde 60'ı için kısa çalışma ödeneği ücretin yüzde 60'ını karşılarken, nakdi ücret desteği alanların oranı sadece yüzde 0,2 olarak görülmüştür. Eylül 2020'de hiç ücret alamadığını belirtenlerin oranı ise yüzde 1,1 olarak kaydedilmiştir.

Tablo 5. Aylık Ücret Gelirindeki Değişim (%)

	Eylül
Ücretimin/yevmiyemin tamamını aldım	90,0
Ücretimin/yevmiyemin bir kısmını aldım	4,4
Kısa çalışma ödeneği ile ücretimin %60'ını aldım	2,7
Kısa çalışma ödeneğinin üstünü işveren tamamladı	1,7
Nakdi ücret desteği aldım	0,2
Hiç ücret/yevmiye alamadım	1,1
Toplam	100,0

Tablo 6 ise işte elde edilen gelirdeki değişimi göstermektedir. Tablo 5'e göre ücretli çalışanların yüzde 92'ye yakını ücretinin tamamını almış olsa da, işten elde edilen toplam gelirinde düşüş olduğunu belirtenlerin oranı yüzde 38'de kalmıştır. Anket katılımcılarından istihdamda olanların yarıya yakını işten elde edilen toplam gelirin azaldığını belirtirken yüzde 12,6'sı gelirinde artış olduğunu kaydetmiştir.

Tablo 6. İşten Elde Edilen Gelirde Değişim (%)

	Eylül
Değişmedi	38,2
Azaldı	49,2
Arttı	12,6
Toplam	100,0

3.2.İstihdamdakilerin Çalışma Şekli ve Çalışma Yerlerindeki Değişiklikler

Tablo 7, pandemi öncesi ve esnasında istihdamdakilerin çalışma yerlerinin dağılımını göstermektedir. Buna göre Şubat 2020'de istihdamdakilerin yüzde 90'ı ev dışında sabit bir iş yerinde çalışırken bu oran Eylül 2020'de yüzde 87'e gerilemiştir. Buna karşılık ev dışında sabit olmayan işyerinde çalışma oranında yüzde 5,6'dan yüzde 7,1'e bir yükseliş olmuştur. Evden çalışanların oranı pandemi öncesinde yüzde 1,8 iken Eylül 2020'de yüzde 3,5'e yükselmiştir. Buna yüzde 2,3'lük bazen işyeri bazen evden çalıştığını belirtenlerin oranı da eklenince pandemi esnasında evden çalışanların oranının sadece yüzde

5,8'te kaldığı, yani evden çalışma seçeneğinin istihdamdakilerin küçük bir grubu için mümkün olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 7. Çalışma Yeri (%)

	Şubat	Eylül
Ev dışında sabit iş yeri	89,9	87,0
Ev dışında sabit olmayan iş yeri	5,6	7,1
Evden çalışma	1,8	3,5
Bazen iş yerinden bazen evden	2,7	2,3
Toplam	100,0	100,0

Tablo 7'de gözlemlenen duruma ilaveten Tablo 8'de çalışma yerindeki değişiklikler gösterilmiştir. İstihdamdakilerin yüzde 78,5'i çalışma yerinde herhangi bir değişiklik olmadığını belirtmiştir, işyerine gidemeyip evden de çalışmayanların oranı yüzde 17,5 olarak kaydedilmiştir. Evden çalışmaya başlayanlar ise yüzde 4 ile sınırlı kalmıştır.

Tablo 8. Çalışma Yerindeki Değişiklikler (%)

	Eylül
İşyerine gidemedim ama evden de çalış(a)madım	17,5
Evden çalışmaya başladım	4,0
Değişiklik olmadı	78,5
Toplam	100,0

3.3.İstihdamdakilerin İzin Kullanımı ve Haftalık Çalışma Saatlerindeki Değişiklikler

Pandemi sırasında ücretli veya ücretsiz izin kullanılmasına birden fazla olası sebep sıralanabilir. Örneğin işten çıkarma yasağı nedeniyle iş akdine son verilemeyen ancak izin kullanmak durumunda kalan çalışanların olması, kronik hastalık ya da yaşı nedeniyle iş yerine gidemeyen kişilerin bulunması ve özellikle evden çalışma ve çevrimiçi eğitim nedeniyle hane içi bakım ve sorumlulukların artması gibi nedenlerle kişiler izin kullanmak durumunda kalmış olabilirler. Bu nedenle Tablo 9'da Eylül 2020'de istihdamdaki kişilerin izin kullanma durumlarına dair istatistikler verilmiştir. İzin kullanımının azımsanmayacak sıklıkta gerçekleştiği ve

istihdamdakilerin yüzde 12,3'ünün ücretli veya ücretsiz izin kullandığı veya kullandırıldığı görülmektedir.

Tablo 9. İzin Kullanma Durumu (%)

	Eylül
Ücretli iznimi kullandım ya da ücretli izin kullandırıldım	6,2
Ücretsiz izne çıktım ya da çıkarıldım	6,1
Değişiklik olmadı	87,7
Toplam	100,0

Tablo 10, çalışma saatlerindeki değişiklikleri göstermektedir. İstihdamdaki kişilerin yüzde 73,7'si salgın nedeniyle çalışma saatlerinde bir değişiklik olmadığını belirtmiştir. Yüzde 24 gibi azımsanmayacak bir kısım da salgın sebebiyle çalışma saatlerinin azaldığını belirtmiştir. Tablo 7'de yer verilen çalışma yerindeki değişikliklerin çalışma saatindeki bu değişime büyük oranda yol açması muhtemeldir. Ancak salgına rağmen çalışma yerinin değişmediğini ifade eden kişilerin oranı yüzde 78,5 iken çalışma saati değişmeyen kişilerin oranı yüzde 73,7'dir. Bu durum çalışılan yerde değişiklik olmasa dahi bazı kişilerin çalışma saatlerinin pandemi nedeniyle azalmış olabileceğine işaret etmektedir.

Tablo 10. Çalışma Saatlerinde Değişiklik (%)

	Eylül
Çalışma saatlerim arttı	2,2
Çalışma saatlerim azaldı	24,2
Değişiklik olmadı	73,7
Toplam	100,0

4. SONUÇ

Bu çalışmada COVID-19 pandemisinin Türkiye iş gücü piyasasındaki izlerini takip etmek amacıyla Eylül 2020'de yüz yüze gerçekleştirilen anket ile toplanan verilere yer verilmiştir. Pandeminin uygulamaya konan sosyal mesafe önlemlerini takiben, henüz ilk aylarda istihdamdakilerin aylık ücretlerinde,

çalışma saatlerinde ve çalışma yerlerinde etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Dikkat çeken bir bulgu, salgın nedeniyle evden çalışmaya başlayanların oranının yüzde 4 ile sınırlı kalmasıdır. Çalışmanın dikkat çeken bir başka bulgusu Şubat-Eylül karşılaştırmalarına göre lise altı ve lise seviyesinde eğitimlerin istihdamları az da olsa artarken meslek lisesi ve yüksek öğretim mezunlarının istihdam oranlarında düşüş yaşanmış olmasıdır. Bu durum yüksek öğretim mezunlarının daha kalabalık şehirlerde yaşıyor olmasından kaynaklanıyor olabilir. Diğer bütün eğitim seviyelerinde işsizlik oranında artış gözlemlenirken lise mezunlarının işsizlik oranı Eylül’de neredeyse Şubat 2020 ile aynı kalmıştır. Bu çalışma, sosyal mesafe önlemleri, ev içi sorumlulukların artması ve talepteki azalış gibi nedenlere bağlı olarak pandeminin birkaç ayda yol açtığı eksik istihdamın nedenleri konusunda fikir vermektedir.

THE TRENDS OF RESEARCH ON DEBT MANAGEMENT AND DEBT SUSTAINABILITY: A VISUAL ANALYSIS USING VOSVIEWER AND BIBLIOSHINY

Anıl Burcu ÖZYURT SERİM¹

1. INTRODUCTION

Effective management of public debt is the foundation for financial stability and fiscal sustainability. Because a nation's debt levels impede the attainment of its development objectives and raise the risk to its financial sheet. By balancing debt management and alternative financing options, governments can meet budgetary needs while reducing costs and risks.

A crucial factor in achieving the Sustainable Development Goals is a nation's ability to finance its debt. However, unchecked crises pose threats to a nation's economic development. While debt can only be a useful tool if it is transparent and well-managed, high levels of public debt force countries to deal with investment barriers, increased budget pressure, limited social spending, and weakened capacity for reform and implementation within the confines of a sound growth strategy.

The World Bank Group and the IMF oversee the Debt Sustainability framework of the debts of developing and low-income nations in a way that strikes a balance between their borrowing choices, their financing requirements, and their capacity to repay loans both now and in the future (Fournier et al.,

¹ Asist. Prof., Haliç University, Faculty of Business, burcuozyurt@halic.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9868-2676.

2017). To guarantee that the debts of developing countries are used for the proper purposes, received under the right conditions, and reported correctly, initiatives have been taken to increase debt transparency and improve debt management. Nowadays, more nations are creating and disseminating debt management plans. In this approach, many nations have improved the way their debt management agencies are organized and the quality of public debt data has increased.

2. DEBT AND DEBT MANAGEMENT

Debt is the sum due to a person or entity in exchange for money that was borrowed, according to Aspen Law and Business (2004). Any sum that is owed to a person or an authority in this context but has not yet been paid is referred to as a debt (Addaney et al., 2016). This payment is made through debt indicators, such as bonds, loans, and promissory notes, which outline the conditions for paying the obligation on the agreed-upon date. Therefore, debt management should be put into practice to lessen the debt load or develop plans to pay off debt with reasonable payment conditions.

Any method used to direct a person or corporate organization in managing their debt is referred to as debt management, according to Wallitsch (2007). In addition to alternatives to debt liquidation, bankruptcy, and debt consolidation that firms may encounter, this measure also includes methods that aid in repaying outstanding loans. According to Root (2009), managing debt is taking ownership of paying back debt. High debt levels in the financial sector create additional vulnerabilities that can be reflected in the entire economy. Vulnerabilities arise from sudden changes in liquidity in the sector and resulting valuation difficulties. Additionally, the debt management practices of financial institutions highlight the

risks associated with economic crises. In emerging and developing nations, debt was already at record levels before the COVID-19 epidemic. The debt burden for OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) nations has risen since the 1980s (OECD & Paris, 2017). The debt-to-GDP ratio more than quadrupled, from less than 30 percent to almost 75 percent, between 1980 and 2010 in 23 OECD nations, indicating a general upward trend in debt. This increase therefore underlined the necessity of looking at not only the levels or rates of change of public debt but also how governments used market-based refinancing mechanisms and associated financial market debt management procedures. (Fastenrath, Schwan, & Trampusch, 2017; Christensen et al., 2019, OECD, 2019).

According to Cecchetti et al. (2011), while a moderate level of debt enhances growth and welfare, an excessive level of debt can hinder a firm's ability to expand. Reinhart et al (2009) support the claim that debt affects firm growth only at certain levels. In order to help poor countries combat the epidemic, efforts have led to an increase in their debt load. The World Bank has put out all-inclusive debt remedies in this situation, including debt suspension, debt reduction, debt resolution, and debt transparency. To help developing nations battle poverty and contribute to the attainment of the Sustainable Development Goals (2015–2030), the World Bank and International Monetary Fund (IMF) aim to reduce the debt load of these nations in collaboration with the international community (Fournier et. al., 2017).

It was able to alter public perceptions in politics, society, and economics through multidisciplinary studies on concepts like debt, regional cash flows, the global banking system, and the global financial system. According to James (2014), Bear (2015), Soederberg (2014), and Lazzarato (2012), this move illustrated how much debt-related policy consequences are influencing the

financialization of global capitalism. These socioeconomic changes, financial crises, recessions, and diseases caused an increase in global debt. In addition to debt relief, long-term debt sustainability necessitates efforts on the part of borrowers, lenders, and donors to encourage judicious borrowing, suitable concessional financing, sustainable economic growth, diversified exports, and increased access to markets in developed nations. The goal of nations implementing this debt management plan is to obtain the required amount of finance by utilizing the best borrowing options at the lowest cost and with the lowest level of risk. These strategies enable nations to convert their unsustainable debt loads into manageable debt loads.

Long et al. (2020) study indicates that high-income countries had more assets after the COVID-19 pandemic, whereas low-income countries had less wealth than they did prior to the pandemic. This is because the COVID-19 pandemic further widened economic disparities between nations. As a result, it is anticipated that, particularly among individuals with low incomes, financial distress would rise in the wake of the COVID-19 pandemic (Hertz-Palmor, et al., 2019; Ettman et al., 2021). Different financial hardship relief measures serve as an additional lever for addressing and enhancing population mental health in less developed nations (Mirowsky & Ross, 1999). Even though these actions are crucial for enhancing financial assets, they are expensive and subject to political influences.

The management of sovereign debt, or the processes by which and from whom governments borrow, depends critically on the financial markets. Different debt policies are preferred by creditors, shareholders, and management. Studies have examined debt policy from a variety of perspectives, including risk preferences of managers (Chava & Purnanandam, 2010; Cassell et al., 2012; Serfling, 2014); risk preferences of controlling shareholders; and conflicts between owners and creditors, to

name a few (Hackbarth, 2009; Zeidan et al., 2018; Xia et al., 2022).

Debt has a variety of effects on macroeconomic performance. In some circumstances, debts may make it harder to absorb shocks, while in others, they may directly transfer or intensify shocks. Similar to this, debt levels that are quite high may modify borrowing and spending habits by increasing consumers' sensitivity to changes in macroeconomic conditions. Both Sweet et al. (2013) and Hojman et al. (2016) discovered that reporting significant financial debt over investment assets was connected to poorer overall health, with higher levels of reported stress and despair in individual health. It has been demonstrated that having high debt is a significant socioeconomic driver of people's health, taking into account these relationships, pre-debt socioeconomic status, psychological and physical health, and other demographic characteristics (Guan et al., 2022). Associating the financial difficulties experienced at the welfare level of societies with depression is dangerous for public health. The relationship between financial distress and depression is thought to be a result of different economic challenges that have emerged following the COVID-19 pandemic (Long et al., 2020). These challenges lead to greater financial hardship and disparate mental health outcomes across populations (Ettman et al., 2023).

It was stated that a significant portion of the country's population suffered as a result of the prolonged economic stagnation and progressively harsh austerity measures implemented during the epidemic period. Because of this, many are attempting to manage their mounting debt. These initiatives result in unmanageable debt levels. Higher debt levels get harder to handle and tolerate over time. Without taking the appropriate actions to lower the debt level and enforcing the requisite sanctions, these issues cannot be resolved. As a result, we attempted to provide a thorough synthesis of the literature in our

study in order to provide public or private entities with debt policy suggestions that would take into consideration the projected rise in national or personal debt levels worldwide.

3. METHODOLOGY

Bibliometric analysis is the mathematical or statistical analysis of research undertaken on the subject to be studied utilizing methods such as performance analysis and scientific mapping. It permits presenting institutional collaboration ties, conceptual words, and citation links in addition to identifying the author, country, institution, journal, citation, and publication status of the subject to be examined (Özdemir et al., 2022, p.158; Kızıloğlu, 2021, p.25). The purpose of bibliometric analysis is to enable academics to detect knowledge gaps in any area of interest in the literature and find creative, original ideas for new studies, achieving the target for the determined research subject (Donthu et al. 2021, p.285-289). This allows for the quick and easy subjective appraisal of problems pertaining to the research topic (Koç et al., 2021). Additionally, by employing various databases related to the field of study, all studies on the issue can be examined more effectively. According to the research field, data is classified using different databases at specific time periods to quantify it (Koç et al., 2021). Bibliometrics is the name given to an area of research dealing with quantitative analysis of published literature (Matos et al., 2020; Gao et al., 2021). Numerous subject-specific data, including the most published journals, the most published countries, and institution collaborations, can be organized in bibliometric studies in addition to establishing the relevance of the subject by year, the most cited articles, and the top authors in the area.

Utilizing the VOSviewer program, bibliometric analysis and results reporting were carried out for this study. In databases

like Web of Science and Scopus, bibliometric data can be analyzed and visualized using the free program VOSviewer (Van Eck and Waltman, 2010). It is possible to examine citation networks, co-authorship trends, and other bibliometric information among publications in the literature using the VOSviewer software. (Li, Wu, Shen, Wang, and Teng, 2017; Chen and Leydesdorff, 2014; Waltman and Van Eck, 2012; Uçuk, 2023).

Within the R-Studio program's Web Interface, the Biblioshiny application was developed and written as a tool for quantitative bibliometrics and scientometry study. A comprehensive overview of a topic can be offered via bibliometric analysis (Aria and Cuccurullo, 2022a). The "biblioshiny" web interface of the Bibliometrix package enables examination of data collection, sources, authors, documents, clustering, conceptual structure, intellectual structure, and social structure headings and their subheadings. Bibliometric analysis can be carried out thanks to the ability to establish structural relationships (Aria & Cuccurullo, 2022a, 2022b).

In this study, the notions of "debt management," "debt sustainability," and are evaluated within the context of bibliometric analysis. The aim is to study and evaluated the development of debt management and debt sustainability in academic studies on debt, which is a solution to the need to combat the deteriorating economic conditions after the pandemic.

4. DATA ANALYSIS

Within the scope of the study, data obtained from English articles in the Scopus database between 2019 and 2023 August were analyzed by VOSviewer and the Bibliometrix package of the R program. 1909 articles scanned in Scopus were examined with the restrictions of Results for "debt management" or "debt

sustainability" (All Fields) and Article (Document Types) and English (Languages) and Business Finance (Scopus Categories).

For a specific research subject, answers to a series of questions are sought in bibliometric investigations. The questions investigated the most used keywords, most cited publications, common citation, common authorship, common keywords, concept association, relevant institutions, and citation networks among the publications in the literature. A total of 1909 articles published in the Scopus database from 2019 to 2023 were analyzed for this aim. In this study, papers discussing debt management and debt sustainability published in the Scopus database were mapped using the VOSviewer and Biblioshiny tools.

5. FINDINGS

Looking at other parameters related to the articles in Table 1; A total of 840 separate magazines, books, etc. It was observed that the source was used. It is seen that the average annual growth rate in the number of publications is roughly 8% and the average number of citations per article is 4.27. It was determined that 468 of the studies conducted by 3946 researchers were published by a single author and 509 of them were published by more than one author. The average number of articles per author is 2.4, and 22.52% of publications consist of work by international co-authors.

Table 1. Main Information

MAIN INFORMATION	
<u>DESCRIPTION</u>	<u>RESULTS</u>
Timespan	2019-2023
Sources (Journals, Books, etc)	840
Documents	1909
Annual Growth Rate (%)	7.43
Document Average Age	1.85

Average citations per doc	4.274
References	99106
<u>DOCUMENT CONTENTS</u>	
Keywords Plus (ID)	1352
Author's Keywords (DE)	4970
<u>AUTHORS</u>	
Authors	3946
Authors of single-authored docs	468
<u>AUTHORS COLLABORATION</u>	
Single-authored docs	509
Co-Authors per Doc	2.4
International co-authorships(%)	22.52
<u>DOCUMENT TYPES</u>	
Article	1909

Figure 1. Annual Scientific Production

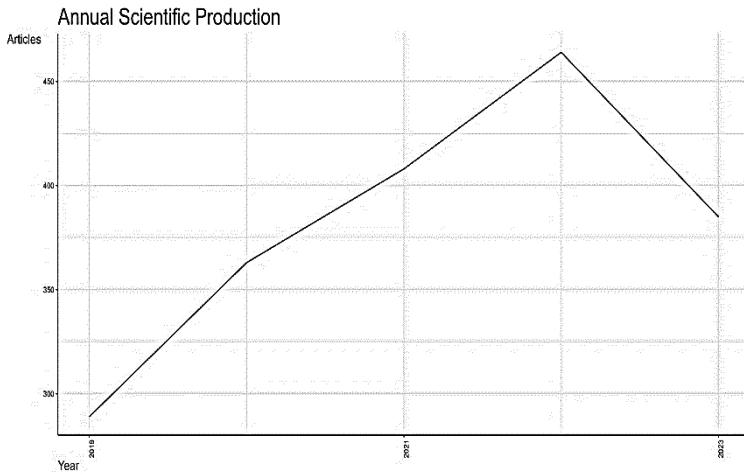


Figure 1 illustrates that in 2022, when 464 papers were published, the most publications were created. The years 2021 and 2023 saw the publication of 408 papers and 385 articles, respectively.

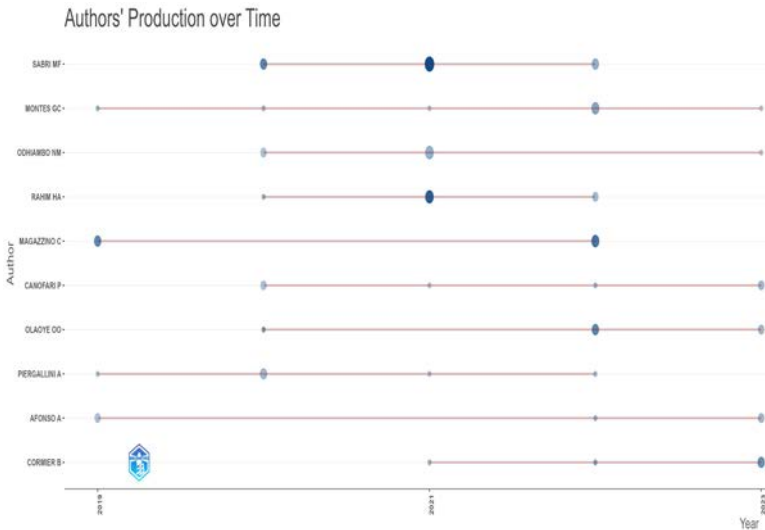
Table 2. Authors Effects

Authors	2019	2020	2021	2022	2023	Ys	Ta
AFONSO A	2	-	-	1	2	5	9
CANOFARI P	-	2	1	1	2	6	9
CORMIER B			1	1	3	5	20
MAGAZZINO C	3	-	-	4	-	7	62

MONTES GC	1	1	1	4	1	8	23
ODHIAMBO NM	-	2	5	-	3	10	12
OLAOYE OO	-	1	-	3	2	6	42
PIERGALLINI A	1	3	1	1	-	6	15
RAHIM HA	-	1	5	2	-	8	55
SABRI MF	-	3	7	3	-	13	87
Ta(Total Citation), Ys(Article Numbers)							

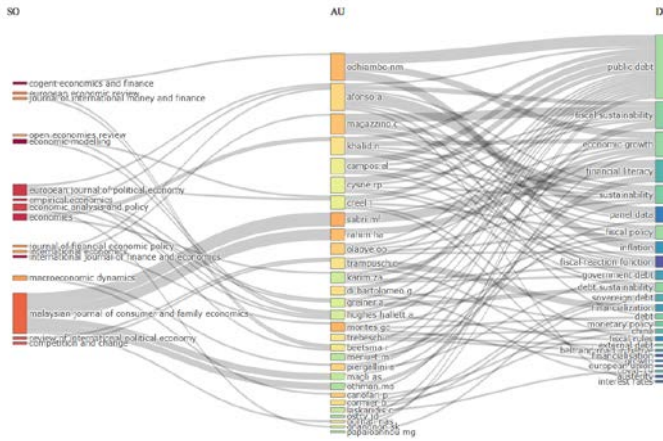
Table 2 lists the top ten authors who are still writing on the topic today, along with details on their publications. The results show that Sabri, with 87, has the most citations for her work and is the author who has written the most on the subject.

Figure 2. Authors Production over Time



Using the information from Table 2, Figure 2 depicts the writers' cumulative production over time. Sabri, who published his first work in this field in 2020, is the most cited author, even though Montes, Magazzino, Piergallini, and Afonso conducted studies in 2019.

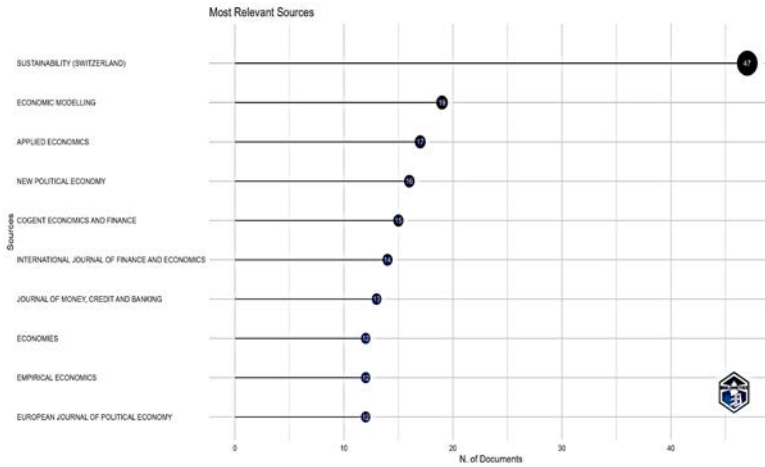
Figure 3. Three Field Plot



(SO: Sources, AU: Authors, DE: Keywords)

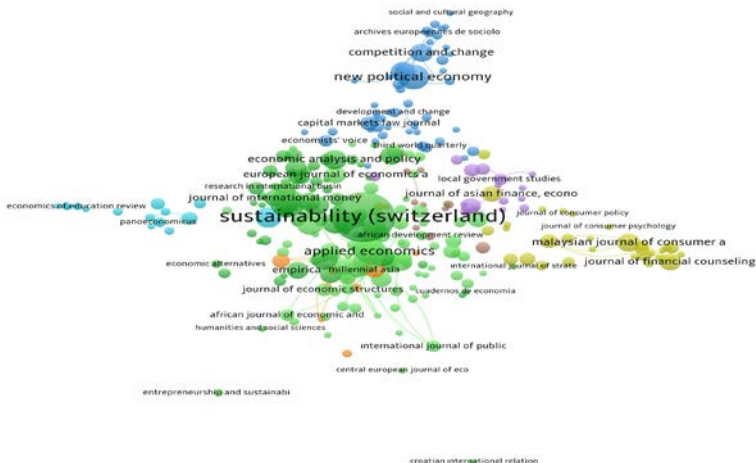
The link between journals, authors, and keywords is depicted in Figure 3. Three area graphs are used to depict the association between the journals in which the studies were published, the authors' names, and the keywords. Also, sources (SO), authors (AU), and keywords (DE) are shown on this map. The journals, authors, and relationship between the most frequently used author keywords are all shown in the figure along with the journals where studies on the concepts of "Debt Management" and "Debt Sustainability" were most frequently published. The size of the rectangles in the graphic demonstrates the usefulness of the pertinent data in the context. The Malaysian Journal of Consumer and Family Economics is the industry's most productive journal. Sabri M.F. and Rahim H.A. appear to have the most publications in this magazine. It has been shown that public debt, fiscal sustainability, and economic growth are the three terms most frequently used in articles published in the relevant publication.

Figure 4. Most Relevant Sources



With 47 publications, the Sustainability Journal is the journal that publishes the most papers in this area. Applied Economics journal comes in third with 17 publications, and Economic Modeling journal comes in second with 19 publications.

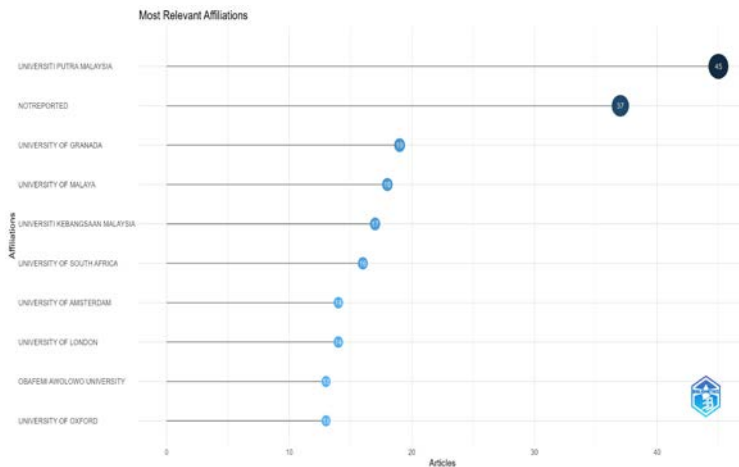
Figure 5. Bibliographic Coupling-Sources



When the comparison of journals and the number of citations they receive is made through Voswiever, the

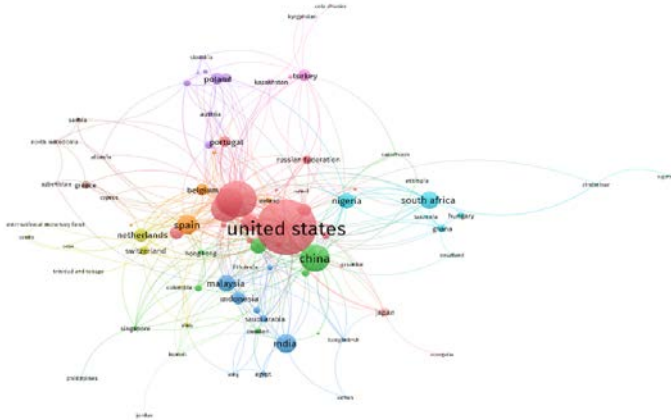
Sustainability (Switzerland) journal is in the first cluster with both a number of publications of 47 and a number of citations of 296. In the Voswiever application, in the evaluation made on 840 sources, with the minimum publication number of a source being 2 and the minimum number of citations being 2, only 301 sources exceeded the determined threshold value. In this case, Sustainability is the first cluster with 47 publications and 296 citations. American Economic Review magazine ranks second with 5 publications and 202 citations. Economist's Voice magazine, which is at the bottom of the ranking, also has 5 publications and 128 citations.

Figure 6. Most Relevant Affiliations



According to the number of articles published, Figure 6 lists the top ten universities where the concepts of "Debt Management" and "Debt Sustainability" have been studied the most. With 45 publications, the University of Putre in Malaysia tops the list, followed by Notre Ported University with 37. The University of Granada with 19, came in third.

Figure 7. Country Collaboration Maps



When a country has a minimum of 2 articles and citations, 154 nations and 92 different clusters are identified. However, if a country has at least one publication and one citation, 154 countries and 132 clusters are produced. In this case, the link strength is decreased by having at least 1 publication and 1 citation.

Figure 8. Corresponding Authors Countries

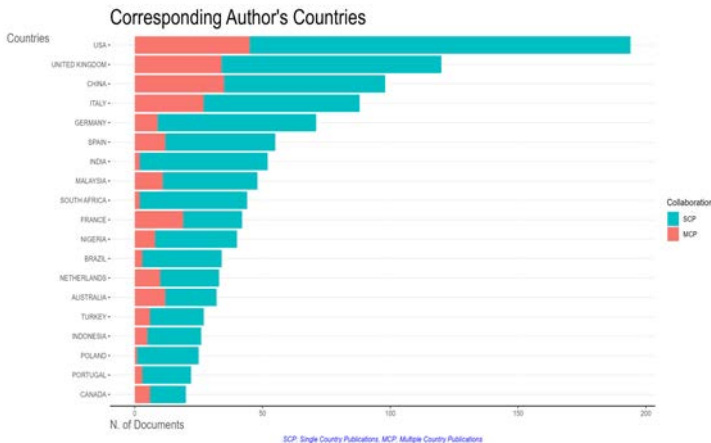
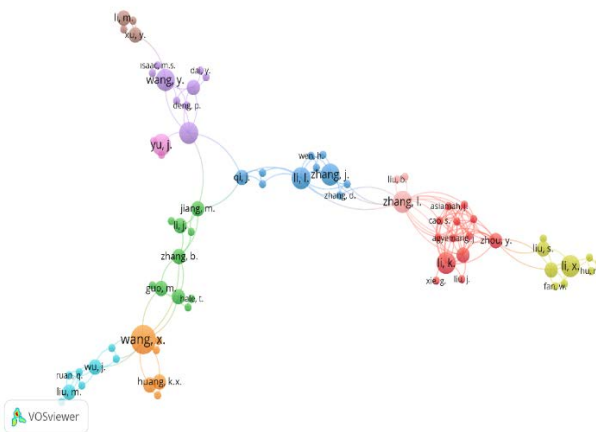


Figure 8 lists the studies conducted by the responsible author alone, with researchers who are citizens of his own country, and with researchers from various nations, in order from

most to least, in relation to the ideas of "Debt Management" and "Debt Sustainability." Studies carried out by the responsible author alone or by researchers who are nationals of their own country are depicted in "Red" on the image, whereas studies involving nationals of many nations are depicted in "Turquoise" hue. In the USA, where the majority of studies on the topic were carried out, 194 academic studies were found.

45 of these works were created by authors who only have citizenship in one nation, and the remaining 149 were joint efforts between authors who have citizenship in many nations. The United Kingdom, which comes in second place, released 120 pieces on the topic, 34 of which were written by authors from a single nation, and the remaining 86 were written in collaboration with authors from many nations. It appears that the majority of scholarly research is done in the USA. There have been 27 academic works on the subject that were conducted in Turkey, 6 of which were done by Turkish academics while the other 21 were done in collaboration between Turkish researchers and authors from other countries.

Figure 9. Collaboration Network Between The Authors With The Most Citations

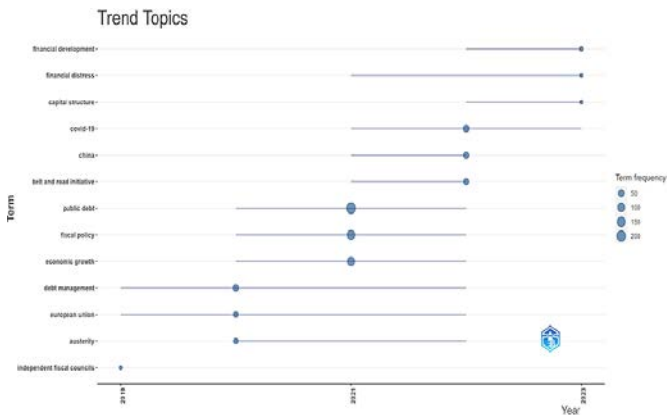


Using VOSviewer's author association analysis, ten clusters of authors who collaborated were identified. Figure 9 depicts the strength of collaboration between the publications of 33 writers whose publications interact with each other, out of authors whose at least one publication has been cited at least once. With a connection strength of 12, Sabri M.F. is the author who collaborates the most. Rahim, h.a. (8), Montes, g.c. (8), Adhiambo, n.m. (8), and Magazzino, c.(7) all have link numbers, respectively. According to the research, debt is the term most commonly associated with keywords with 152 occurrences. Debt is generally associated with sustainability, fiscal policy, China, gross domestic product, financial market, and financial crisis.

Figure 10. Most Relevant Words Map

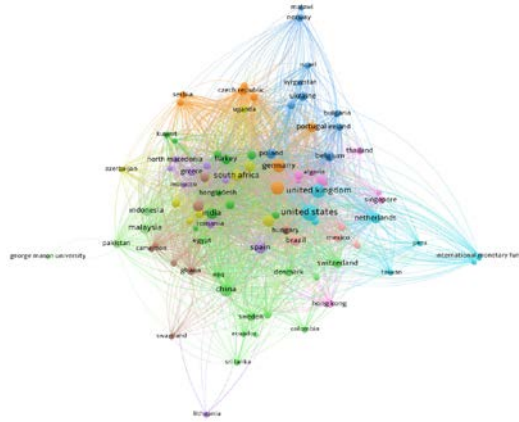


Figure 11. Trend Topics



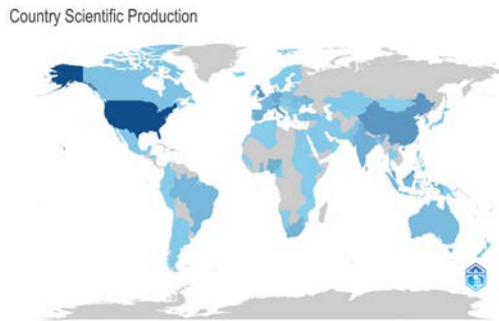
According to the authors, Figure 11 illustrates the trend issues. As a result, "public debt" exhibits the strongest trend, with a transition performance of 207. One of the study's topics, "debt management," was found to be the fifth-most popular trend topic.

Figure 12. Co-authorship Countries



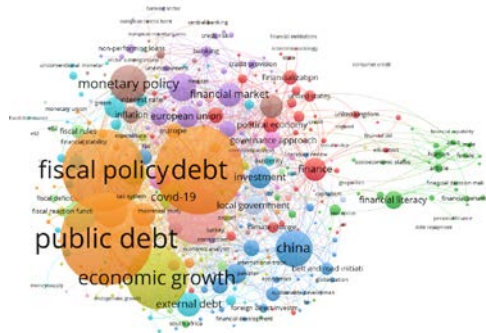
As seen in Figure 12, when countries, article counts, and citation counts are compared using VOSviewer, the United States comes out on top with 362 documents and 2289 citations. Germany came in third with 122 documents and 668 references, followed by the United Kingdom in second place with 203 documents and 1243 references. Turkey is ranked 16th overall with 40 articles and 176 citations. In the database investigation, eleven clusters were discovered to be connected.

Figure 13. Conceptual Structure Map-Most Cited Countries



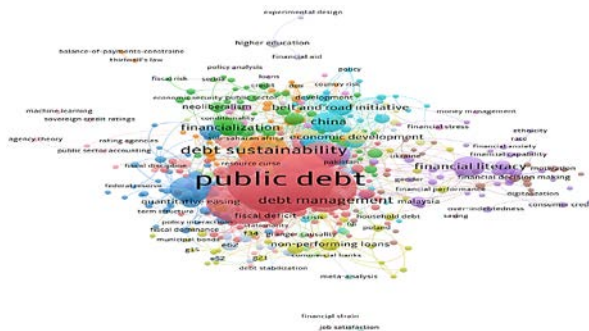
In Figure 13, dark blue colors show the top contributors to the literature among countries. The United States comes in first place with 667 publications and 1167 citations, followed by the United Kingdom with 292 publications and 866 citations and China with 276 publications and 460 citations. With 67 publications, Turkey is ranked sixteenth. Figure 7 displays the citation counts for each nation. Figure 7 shows that Turkey, with 160 citations, is one of the top ten most mentioned nations.

Figure 14. Most Relevant Words



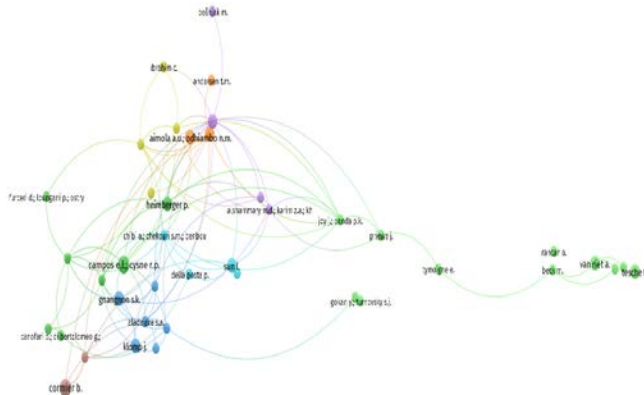
5949 keywords occurrences total link strength 357 items meet the threshold. When a keyword is repeated no less than three times, 13 distinct clusters are created, each with a different degree of term link strength of 357. Public debt (207), followed by debt (199), fiscal policy (182), economic growth (132), and sustainability (123), is the most frequently used keyword.

Figure 15. Co-Occurrence-Author Keywords



If the minimum number of uses of a keyword is 3, the data is divided into fifteen clusters. The criteria are met by 478 out of 5014 co-occurring author keywords. Although public debt (207) ranks first, debt sustainability (67), which is used when searching through the database, ranks 4th, and debt management (41) ranks 10th. Co-occurrence-author keywords of the 5014 keywords, 478 meet the threshold.

Figure 16. Bibliographic Coupling-Authors



The minimum requirement for a source, which was two publications and citations, was met by 51 authors out of the 1830 total authors. There are eight distinct clusters with a total of 41 words among them with varying link strengths. The most citations of any of these clusters are amassed by Braun B (2021) with 122.

6. RESULTS

By examining studies published in the previous five years, the study evaluated the development of debt management and debt sustainability in academic studies on debt, which is a solution to the need to combat the deteriorating economic conditions after the pandemic. Also, in this study, the number of scientific publications in the fields of Debt management and Debt

Sustainability in the last five years was examined. VOSviewer and Biblioshiny were selected for the research because of their capacity to offer visualization and constructional images in the bibliometric mapping overview. In this way, the most used keywords, most cited publications, common citation, common authorship, common keywords, concept association, relevant institutions, and citation networks among the publications in the literature were mapped.

Despite the fact that there is no clear definition of debt, it can be observed in how the populace of the nation views the relationship between a small number of wealthy individuals and a large number of poor people as the relationship between creditors and debtors. The fact that a sizable section of the population must keep up with debt is well known (Haydaroğlu, 2022). Most people nowadays can only maintain their standard of living by taking on debt. Students must take out loans, employees must carry up a load of long-term loans for homes and cars, or they must rack up credit card debt that will never stop in order to meet social necessities. Along with lowering people's purchasing power, inflation also makes the distribution of income in society more unequal. The section of society with high incomes can defend themselves against inflation, but the portion of society with low incomes is powerless to do the same. In this situation, the debtor is required to adopt a lifestyle that is conducive to paying off his debt, which limits his actions and habits.

Economic money markets, the banking industry, and other financial markets like stock and capital markets all experience significant volatility during financial crises. Financial crises, however, are frequently brought on by severe value losses in asset markets, economic instability, issues with liquidity, and the spread of the crisis between nations (Haydaroğlu, 2022). Financial crises can be brought on by high debt rates, unstable

political environments, overvalued currencies, and an excessive reliance on foreign capital markets (Özbek, 2021).

The epidemic has caused the world economies to see the largest growth in global debt in the previous fifty years. This problem has caused domestic and external debt to grow in both developed and developing countries. This increase in debt has become even more significant in light of the global economic slump brought on by COVID-19. Given the lack of previous research on debt management, it is claimed that the study has filled this gap. In addition, it is thought that the study will contribute to the literature in terms of revealing the direction and general trends of research on debt and debt management. It is possible to evaluate the study's contribution to the body of research by identifying the debt continuity and borrowing behavior tendencies of borrowing, debt management, and over-indebtedness criteria. For researchers, this study also offers a broad picture that can assist them in comprehending general trends around the world and possible future research topics when examining debt.

The findings obtained from the analysis reveal the research trends in the field of debt and debt management, the chronological development of studies, the cooperation of countries in publications in the relevant field, and the variables seen as the main determinants of the debt situation. Alternatively, the results demonstrate how public and private structures identify, problematize, and operationalize borrowing as a means of addressing the difficulties they embrace. In this way, it allows us to more clearly explain the mechanism between deficiencies in debt management and borrowing behavior.

REFERENCES

- Addaney, M., Awuah, S. B., & Afriyie, A. (2016). Debt management and the performance of small scale enterprises in the Kumasi metropolis of Ghana. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(5), 101.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of informetrics*, 11(4), 959-975.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2022b). Science Mapping Analysis with bibliometrix R-package: An example. https://bibliometrix.org/documents/bibliometrix_Report.html
- Aria, M., Cuccurullo, C., & Aria, M. M. (2022a). Package 'bibliometrix'. <https://cran.r-project.org/web/packages/bibliometrix/bibliometrix.pdf>
- Bear, L. (2020). *Navigating austerity: Currents of debt along a South Asian river*. Stanford University Press.
- Cassell, C. A., Huang, S. X., Sanchez, J. M., & Stuart, M. D. (2012). Seeking safety: The relation between CEO inside debt holdings and the riskiness of firm investment and financial policies. *Journal of Financial Economics*, 103(3), 588-610.
- Cecchetti, S., Mohanty, M., & Zampoli, F. (2011). The real effects of debt [Working papers no. 352]. BIS.
- Chava, S., & Purnanandam, A. (2010). CEOs versus CFOs: Incentives and corporate policies. *Journal of financial Economics*, 97(2), 263-278.
- Chen, C., Dubin, R., & Kim, M.C. (2014). Emerging trends and new developments in regenerative medicine: a

scientometric update (2000–2014). Expert opinion on biological therapy, 14(9), 1295-1317.

Christensen, M., Newberry, S., & Potter, B. N. (2019). Enabling global accounting change: Epistemic communities and the creation of a ‘more business-like’ public sector. *Critical Perspectives on Accounting*, 58, 53-76.

Donthu N., Kumar S., Mukherjee D., Pandey N., Lim W. M., (2021). How To Conduct A Bibliometric Analysis: An Overview And Guidelines. *İşletme Araştırmaları Dergisi* Cilt:133, Eylül 2021, Sayfa: 285-296.

Ettman, C. K., Abdalla, S. M., Cohen, G. H., Sampson, L., Vivier, P. M., & Galea, S. (2021). Low assets and financial stressors associated with higher depression during COVID-19 in a nationally representative sample of US adults. *J Epidemiol Community Health*, 75(6), 501-508.

Fastenrath, F., Schwan, M., & Trampusch, C. (2017). Where states and markets meet: the financialisation of sovereign debt management. *New political economy*, 22(3), 273-293.

Fournier, J. M., & Fall, F. (2017). Limits to government debt sustainability in OECD countries. *Economic Modelling*, 66, 30-41.

Gao, P., Meng, F., Mata, M. N., Martins, J. M., Iqbal, S., Correia, A. B., ... & Farrukh, M. (2021). Trends and future research in electronic marketing: A bibliometric analysis of twenty years. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1667-1679.

Guan, N., Guariglia, A., Moore, P., Xu, F., & Al-Janabi, H. (2022). Financial stress and depression in adults: A systematic review. *PloS one*, 17(2), e0264041.

- Hackbarth, D. (2009). Determinants of corporate borrowing: A behavioral perspective. *Journal of Corporate Finance*, 15(4), 389-411.
- Haydaroğlu, C. (2022). Finansal Kriz Üzerine Yapılmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 67-78.
<https://doi.org/10.52791/aksarayiibd.1071894>
- Hertz-Palmor, N., Moore, T. M., Gothelf, D., DiDomenico, G. E., Dekel, I., Greenberg, D. M., ... & Barzilay, R. (2021). Association among income loss, financial strain and depressive symptoms during COVID-19: evidence from two longitudinal studies. *Journal of affective disorders*, 291, 1-8.
- Hojman Trujillo, D., Miranda Parra, A., & Ruiz-Tagle Venero, J. (2016). Debt trajectories and mental health.
- James, D. (2020). Money from nothing: indebtedness and aspiration in South Africa. Stanford University Press.
- Kızıloğlu E., (2021). İş Yerinde Mutluluk Kavramına İlişkin Makalelerin Bibliyometrik Analiz İle İncelenmesi. *Kapadokya Akademik Bakış*, 5(2), Sayfa: 21-42.
- Koç A., (2021). Bibliyometrik Araştırmalarda İlgili Literatüre İlişkin Veri Setinin Oluşturulması: Vos Ve Scopus Veri Tabanları Üzerinden Uygulamalar
- Lazzarato, M. (2012). The making of the indebted man: An essay on the neoliberal condition.
- Li, X., Wu, P., Shen, G. Q., Wang, X., & Teng, Y. (2017). Mapping the knowledge domains of Building Information Modeling (BIM): A bibliometric approach. *Automation in Construction*, 84, 195-206.

- Long, H., Van Dam, A., Fowers, A., & Shapiro, L. (2020). The COVID recession is the most unequal in modern US history. *The Washington Post*.
- Matos, N. D., Correia, M. B., Saura, J. R., Reyes-Menendez, A., & Baptista, N. (2020). Marketing in the public sector—benefits and barriers: a bibliometric study from 1931 to 2020. *Social Sciences*, 9(10), 168.
- Mirowsky, J., & Ross, C. E. (1999). Economic hardship across the life course. *American Sociological Review*, 548-569.
- OECD, S., & Paris, M. (2017). Measuring Distance to the SDG Targets: An assessment of where OECD countries stand.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2019). *OECD skills outlook 2019: Thriving in a digital world*. Paris, France: OECD.
- Özbek, M. (2021). Finansal Krizler ve Probit Model İle Krizlerin Tahmini: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Tokat.
- Özdemir O., Aslantaş Ateş B. & Tekin T., (2022). Yatırımcı İlişkileri: Scopus Veri Tabanında Bibliyometrik Analiz. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(65), 149-172.
- Reinhart, C. M., & Rogoff, K. S. (2009). This time is different: Eight centuries of financial folly. *princeton university press*.
- Root, P. (2009). Finance and small and medium-sized enterprise development. *Finance and Development Research Programme Working paper series*. (online). Available: <http://idpm.man.ac.uk/publication/archive/fd/fdwp14.pdf> . (Accessed 23 June 2016)

- Serfling, M. A. (2014). CEO age and the riskiness of corporate policies. *Journal of corporate finance*, 25, 251-273.
- Soederberg, S. (2014). Debtfare states and the poverty industry: Money, discipline and the surplus population (p. 320).
- Sweet, E., Nandi, A., Adam, E. K., & McDade, T. W. (2013). The high price of debt: Household financial debt and its impact on mental and physical health. *Social science & medicine*, 91, 94-100.
- Uçuk, C. (2023). A Bibliometric Analysis on Slow Food With VOSviewer. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 10(1), 14-29.
- Van Eck, N.J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Wallitsch, S. (2007). What is debt management: Debt help method explained. http://ezinearticles.com/?expert=Scott_Wallitsch(Accessed 25th July 2016).
- Waltman, L., & Van Eck, N.J. (2012). The inconsistency of the h-index. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(2), 406-415.
- Xia, J., Wu, Z., Zhang, R., Chen, X., & Zhang, R. (2022). Shareholder personal risk and firm risk: An empirical analysis of share pledges and firm debt policies. *Frontiers in Psychology*, 13, 1010162.
- Zeidan, R., Galil, K., & Shapir, O. M. (2018). Do ultimate owners follow the pecking order theory?. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 67, 45-50.

TURİZM SEKTÖRÜNDE SU TÜKETİMİ: OTEL VE KONAKLAMA SEKTÖRÜ ÇERÇEVESİNDEN BİR DEĞERLENDİRME¹

Zafer Barış GÜL²

Gülfidan AKYÜZ³

1. GİRİŞ

Doğal bir varlık olarak suyun insan için önemi yaşamsaldır. Sadece insanın değil tüm canlıların yaşayabilmesi için gerekli olmasının yanı sıra toplumların kurulabilmesi ve devam edebilmeleri için ön şartlardan birisi suyun varlığıdır. Suyun önemi birçok teoride yer almaktadır. Kentlerin kökenine dair “hidrolik toplum” olarak kavramsallaştırılan teori buna bir örnektir. Teoriye göre toplumsal ilişki düzeyinde bir ekonomik ilişkiler ağı üretebilmenin ön şartı olarak sulama bulunmaktadır. (Aslanoğlu, 1992: 136).

Küresel iklim krizi gibi dışsal faktörler suya erişimin hem birey hem de sektörel olarak orta vadede problemlili bir hale geleceğini göstermektedir. Sektörel ve bölgesel olarak suyun ekonomideki yerinin tespiti ve geleceğe yönelik projeksiyonların ve analizlerinin yapılması her geçen gün daha da önemli hale gelmektedir.

¹ Bu yazı, Gülfidan Akyüz’ün 2018 yılında Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı’nda hazırlamış olduğu “Su Kullanımı Açısından Turizm Sektörünün Sürdürülebilirliği: Çevresel Girdi-Çıktı Modeli Çerçevesinde Bir Analiz” Başlıklı yüksek lisans tezi esas alınmış ve geliştirilerek yazılmıştır.

² Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, zafergul@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9991-7374.

³ Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, gulfidan.akyuz@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8192-8043.

Turizm sektörü su tüketimi diğer sektörlerle ilişkileri ile düşünüldüğünde karmaşık bir yapıdadır. Turistlerin temel tüketim mekanları oteller ve konaklama tesisleridir. Bu bağlamda turizmin içerdiği su kullanımı su ayak izi yaklaşımına göre “sistemik”, “doğrudan” ve “dolaylı” olmak üzere üç ayrı sınıflandırmada ele alınmaktadır. Yapılan çalışmada ele alınan bu sınıflandırma perspektifinden turizm sektörünün, otel ve konaklama tesisleri çerçevesinde su tüketiminin önemi araştırılmıştır.

Artan küreselleşme, uzun tedarik zincirleri ile ürünlerin mekansal olarak ithalat ve ihracatı dolaylı olarak suyun da ithalat ve ihracatını beraberinde getirmiş. Turistik bir konaklama tesisine gelen turistlerin doğrudan tükettikleri su yanında bu tesislerde kullanılan suyun niteliği de farklı bir anlam kazanmıştır. Bu karmaşık yapısıyla turizmin konaklama tesisleri üzerinden ele alınması, tüketilen su tüketiminin mekansal ve içeriksel niteliğinin kirlilik de dahil olmak üzere analizi, turizmin ekonomik bir faaliyet olarak sürdürülebilirliğinin önemli bir ön koşuludur.

Turizm su tüketimi dünyada toplam su tüketimi içinde önemli bir yer kaplamıyor gibi görünse de önemli bir tüketim endüstrisi olarak otel ve konaklama tesisleri bağlamında bakılarak yapılan sınıflandırmalar çerçevesinde incelendiğinde doğrudan ve dolaylı su tüketiminin önemi ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde su tüketimin dünya üzerindeki mekansal ve sektörel dağılımı üzerinde durularak genel bir bakış oluşturulması amaçlanmıştır. İkinci kısımda ise otellerde doğrudan ve dolaylı su tüketimi tanımlamaları yapılarak ele alınan sınıflandırma kapsamında literatürden konaklama tesisi örneklerine ait su tüketimi örnekleri sunulmuştur. Sonuç kısmında ise genel bir değerlendirme yapılarak çalışma sonlandırılmıştır.

2. SU KAYNAKLARI VE ÜLKELERİN SU TÜKETİMLERİ

Dünyadaki su hacminin yaklaşık %2,5'ini tatlı su kaynakları oluşturmaktadır. 1990'lı yıllarla birlikte, insan faaliyetlerinin yenilenebilir küresel su kaynakları üzerindeki olumsuz etkileri daha fazla gündeme gelmiştir. Gleick ve Palaniappan (2010)'a göre dünyada tatlı suların %61,7'si antarktik buzullarında bulunmaktadır. Yenilenebilir su kaynaklarına bakıldığında, küresel hidrolojik döngüde bu su kaynaklarının miktarının 42 000km³/yıl olduğu görülmektedir. Bu miktarın %70'i sulama amaçlı çekilmekte, %19 ve %11'i sırasıyla sanayi ve belediye hizmetleri için kullanılmaktadır.

FAO'nun 2011 tarihli raporu, dünyadaki bölgelere, gelir gruplarına ve sektörlerle göre su tüketiminin dağılımlarını ortaya koymuştur. Rapora göre, Asya kıtası tarımsal amaçlı ve belediyelerin su tüketimi sıralamasında dünyada en ön sırada yer almakta, endüstri amaçlı su tüketiminde ise Amerika başı çekmektedir. Afrika ve Okyanusya su tüketimi sıralamasında en sonda yer almaktadır. Yüksek gelir grubunda yer alan ülkelerde endüstri amaçlı su tüketimi daha yaygın iken, düşük gelir grubunda yer alan ülkelerde tarım amaçlı su tüketimi daha baskın olmaktadır.

Nüfusun artması, kentleşmenin hızlanması, artan ulaşım imkanları nedeniyle kitlesel göçlerde yaşanan artış, nüfusla birlikte artan enerji tüketimi ve buna paralel olarak enerji üretimindeki artış, özetle dünyada tüm bu gelişmeler su kaynaklarının miktar ve kalitesinde azalmaya yol açmış ve açmaya devam etmektedir. Srinivasan vd. (2012), dünyada su kaynaklarındaki azalmanın yol açtığı sonuçları ve süreçte etkili olan faktörleri altı başlık altında toplamıştır. Bunlar: yer altı sularındaki azalış; kuraklıktan kaynaklı çatışmalar, ekolojik bozulma, zorunlu ihtiyaçların karşılanamaması, seçkinlerce

kaynaklara el konulması ve suyun doğaya geri dönüşü şeklindedir. Ayrıca Srinivasan vd. (2012), bu mevcut durumu sürdürülemezlik, kırılganlık ve kronik kıtlık şeklinde üç temel kavramla açıklamaktadır. Sürdürülemezlik, su kaynaklarındaki azalmanın uzun vadede insanların refah seviyelerinde yaratacağı düşüşü ifade etmek için kullanılmaktadır. Kırılganlık, su kaynaklarında kısa vadede meydana gelebilecek olan dengesizliklerin refah üzerindeki etkilerini anlamak için ortaya konmuştur. Son olarak, kronik kıtlık, süregelen su kıtlığını ifade etmekte ve bu doğrultuda yaşanan refah düzeyindeki düşmeyi simgelemektedir.

Dünya nüfusunun günümüzde yaklaşık üçte ikisi yılın bir ayı boyunca su sıkıntısı çekmektedir. Dünyada 1,8 milyar insanın 2025'te su kıtlığı yaşayacağı öngörülmektedir. Geniş kitlelerin suya ulaşmada yaşadığı zorluklar, 21. yüzyılda tüm dünyanın üzerinde durduğu en önemli sorunların başında gelmektedir. Bu doğrultuda su kıtlığını ölçmede birtakım yöntemler geliştirilmiştir. Temelde iki yöntem karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki Falkenmark su indeksidir⁴. Yönteme adını veren indeks, ülkelerin nüfusları ile su kaynaklarını ilişkilendirerek nüfusun su kaynakları üzerindeki baskısını dikkate almaktadır. (Gökçe, 2022:196-197; Brown ve Matlock, 2011:1). Diğer yöntem ise Birleşmiş Milletler örgütü tarafından geliştirilmiş olan çekilebilir mevcut su miktarı göstergesidir. Bu yöntem, ülkelerin suyu nasıl kullandıkları üzerinde yoğunlaşmaktadır⁵ (Gössling vd., 2015:87).

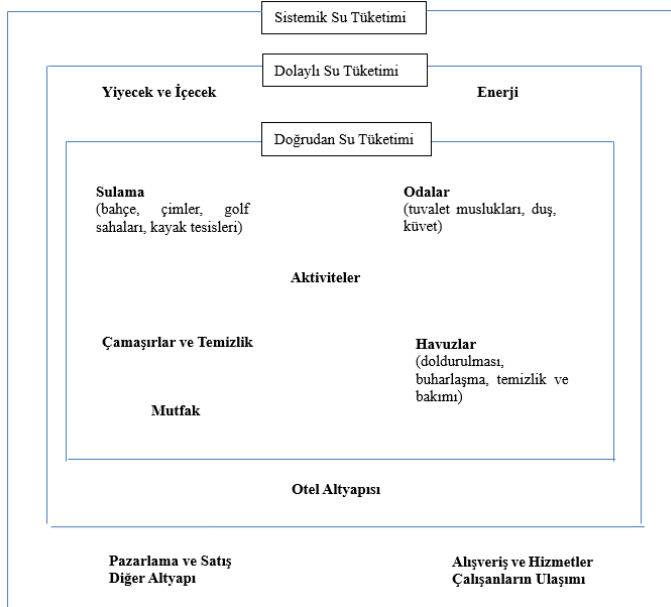
⁴ Falkenmark su indeksine göre kişi başına düşen yıllık su miktarının 1700 m³'ün üzerinde olması su sıkıntısının olmadığı, 1000-1700 m³ arasında olması su sıkıntısının yaşandığı, 500-1000 m³ arasında olması su kıtlığının yaşandığı ve 500 m³'ün altında olması mutlak su kıtlığının yaşandığı anlamına gelmektedir.

⁵ Örnek olarak, Falkenmark indeksine göre su sıkıntısı yaşamayan bir ülke, eğer su kirliliği yaşıyorsa ve su yoğun ürünleri ihraç ediyorsa bu durumda çekilebilir su miktarı göstergesi açısından su kıtlığı yaşayan bir ülke olarak değerlendirilebilir.

3. TURİZM SEKTÖRÜNDE DOĞRUDAN VE DOLAYLI SU TÜKETİMİ

Su, canlıların yaşamı için en temel gereksinimlerin başında gelmesinin yanı sıra sektörlerin üretimleri için gerekli olan ana girdiyi oluşturmaktadır. Turizm sektörü için de hayati öneme sahip olan suyun ara girdi olarak tüketiminin, azalan su kaynakları ile olan doğrudan ve dolaylı bağlantıları son yıllarda önemli bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizmin turistten sonra en önemli bileşenlerinden biri olan otel ve konaklama tesislerinin su tüketimi içerisinde oynadıkları rol, yalnızca turistin bu tesislerde kullandığı su miktarının daha ötesinde değerlendirilmelidir. Gössling vd. (2015) turizm sektöründeki su tüketimini aşağıdaki şekilde gösterildiği üzere sistemik, dolaylı ve doğrudan su tüketimi şeklinde üç yönlü bir bakış açısı ile ele almıştır.

Şekil 1. Turizmin Sektöründe Sistemik, Dolaylı ve Doğrudan Su Tüketimi



Kaynak: Gössling vd., 2015: 88

Doğrudan su tüketimi, otel ve konaklama tesislerinin, bahçe sulama, golf sahalarının sulanması, havuzların dolumu ve bakımı, odalardaki duş ve tuvalet ihtiyacının karşılanması, mutfakta yiyeceklerin hazırlanması ve bulaşıkların yıkanması ve son olarak çamaşırların yıkanması ve genel temizlik için kullandığı doğrudan su ihtiyacına işaret etmektedir. Dolaylı su tüketimi, otel ve konaklama faaliyetini sürdürmek için gerekli olan hizmetlerin üretimi sürecinde kullanılan su tüketimini tanımlamaktadır. Bunlar yiyecek içeceklerin tedariki, enerji ihtiyacının sağlanması ve otellerin altyapıları kapsamında inşaat ve onarım hizmetleri şeklindedir. Sistemik su tüketimi ise genel olarak turizm sektörünün faaliyeti için gerekli olan pazarlama, satış, çalışanların ulaşımı, atık su arıtımı ve diğer alt yapı hizmetleri için tüketilen su miktarına işaret etmektedir.

3.1. Otellerde ve Konaklama Tesislerinde Doğrudan Su Tüketimi

Yapılan araştırmalar, otel ve konaklama tesislerinde doğrudan tüketilen günlük su miktarının 84 litre ile 2425 litre arasında değiştiğini göstermektedir. Bu rakam yaz aylarında daha da artmaktadır. Yaz aylarında günlük tüketilen ortalama su miktarı 300 litre kadar artmaktadır. (Gössling vd., 2012: 6). Çeşitli ülkelerde otel ve konaklama tesislerindeki su tüketimlerine yönelik yapılan araştırmaların ortaya koyduğu bulgular, araştırmanın yapıldığı bölgeye göre farklılık göstermektedir. Örneğin, Çin'in Kuzeybatısında yer alan Yunnan bölgesinin Liming vadisindeki bir dağ destinasyonundan alınan veriler günlük ortalama 144,1 litre su tüketildiğini göstermektedir. California-Irvine'den elde edilen veriler, ortalama 350 ve 540 odalı oteller için yapılan anket çalışmalarından elde edilmiştir. Buna göre, 350 odalı otelde kişi başına düşen günlük ortalama su tüketimi 466 litre iken, 540 odalı otelde bu rakam 784 litre olarak hesaplanmıştır (Yang vd., 2011:689; IMF, 2013: 15; Gössling vd., 2015: 91).

3.1.1. Bahçe, Çim Alanları ve Golf Sahalarında Su Tüketimi

Otel ve konaklama tesislerinin vazgeçilmez unsurlarından olan bahçe, çim alanları ve golf sahaları gibi alanlar için yapılan sulama faaliyetleri, turizm sektöründe doğrudan su tüketiminde ilk sıralarda yer almaktadır. Bu alanların gereksinim duyduğu su miktarı, iklime, yağış miktarına, bitki türlerine göre farklılık arz etmektedir. Zanzibar’da otellerle pansiyonların karşılaştırıldığı bir çalışmada oteller için turist başına günlük tüketilen su miktarı 465 litre iken pansiyonlar için 37 litre olarak bulunmuştur. Otellerde toplam su tüketiminin %50’sini sulama oluştururken, toplam suyun %20’si turistlerin kişisel kullanımları, %15’i ise havuzlar ve restoranların ihtiyaçları için harcanmaktadır. Pansiyonlar için bu dağılım, %55 turist kullanımı, %15 sulama, %10 çamaşırhane ve %5 temizlik şeklindedir. Gözlenen bu fark, pansiyonların otellerle karşılaştırıldığında, daha sınırlı ölçekte bahçe alanına sahip olmaları ile açıklanabilir (Gössling, 2001:184).

Turizm sektöründe su tüketiminden en fazla sorumlu olan turizm faaliyetini golf ve kayak oluşturmaktadır⁶. 2007 yılında Fransa için yapılan bir araştırmada kar yapımında 19 milyon m³, ABD ‘deki bir çalışmada ise 2004-2005 sezonunda 60 milyon m³ suyun tüketildiği tahmin edilmiştir. Golf sahaları için harcanan su miktarı, sahanın kapladığı alandan, sulamada kullanılan yöntemlere kadar bir dizi faktöre bağlı olarak değişmektedir (Peiseter, 2014:26).

Dünya’da golf sahalarının önemli bir kısmı kuzey Amerika’da bulunmaktadır⁷. Turizm sektöründeki büyüme ile

⁶ Kayak faaliyeti için yapay kar gerekmekte ve bunun için su kullanılmaktadır. Ayrıca golf sahaları geniş arazilerde konumlandığından dolayı yoğun bir biçimde su tüketimine neden olmaktadır.

⁷ %59’u Kuzey Amerika’da, %20’si Avrupa’da ve %12’si Asya’da olmak üzere 119 ülkede 32.000 tane golf sahası bulunmaktadır.

yeni golf sahaları açılmaya devam etmektedir. Yüksek su tüketimlerinin yanı sıra, golf sahaları çimlerin korunması için kullanılan kimyasalların çevreye verdiği zarar nedeniyle ekolojik tahribata neden olmaktadır. Golf sahalarını koruma amaçlı olarak bir akre⁸ için yıllık kullanılan pestisit miktarı 18 pound⁹ iken tarım alanlarında bu miktar 2,7 pound olarak hesaplamıştır (<http://www.worldwatch.org/node/797>, Erişim Tarihi: 06.05.2018).

3.1.2. Havuzlarda Su Tüketimi

Havuzlarda kullanılan su miktarının ölçülmesinde havuzun kapladığı alan, havuzun hacmi, buharlaşma oranı, hava sıcaklığı, havuzun sıcaklığı ve havadaki nem oranı gibi parametreler dikkate alınmaktadır. Rodos adasında 4 ve 5 yıldızlı oteller için yapılan hesaplamalarda havuzun doldurulması için ortalama 40 litre/turist/gün, havuzdaki buharlaşma için 33 litre/turist/gün, havuzun temizlenmesi için 7 litre/turist/gün ve spa havuzu ve işlemleri için ise 2 litre/turist/gün suya ihtiyaç duyulduğu tespit edilmiştir. Otellerin yanı sıra özel yüzme havuzları da ortalama su tüketimini arttırmada önemli bir rol oynamaktadır (Gössling, 2015: 238).

Havuzlar su tüketimlerinin yanı sıra temizlenmeleri için gerekli olan kimyasalların çevreye verdikleri zarar bakımında da ayrı bir öneme haizdirler. Ayrıca, havuzlara düzenli ve doğru bir şekilde bakım yapılmaması durumunda, havuzlar insan sağlığını tehdit ederek çeşitli hastalıklara zemin hazırlayabilirler.

3.1.3. Odalarda ve Çamaşırhanelerde Su Tüketimi

Otel ya da konaklama tesislerindeki odalarda bireysel temizlik ihtiyacını gidermek amacıyla kullanılan su, duş, küvet, tuvalet ve musluk olmak üzere dört başlıkta sınıflandırılmaktadır.

⁸ 1 akre=4046,856 m²

⁹ 1 pound=453,592 gr

Odalardaki su kullanımı ile ilgili bilgiler her zaman sağlıklı bir biçimde elde edilemediğinden, su tüketim miktarlarına ilişkin bilgiler anket yolu ile elde edilmektedir. Çamaşırhaneler de suyun yoğun olarak tüketildiği birimler arasındadır.

Rodos için yapılan bir araştırma, odalarda kullanılan su miktarının ortalama olarak günde turist başına 70 litre, tuvalette 45 litre, muslukta 8 litre ve küvette 3 litre olarak bulmuştur (Gössling, 2015: 238). Otel bünyesinde faaliyet gösteren çamaşırhanelerin su kullanımlarına ilişkin veriler, otellerin oda sayıları ve ölçeklerine göre değişkenlik göstermektedir. Yunanistan için yapılan bir çalışmada konaklama sayıları birbirinden farklı iki otel karşılaştırılmış, gecelik konaklama sayısı 307 olan bir otelde bir turist için günlük ortalama 0,74 kg çamaşır yıkandığı tespit edilmiş, gecelik konaklama sayısı 50 olan oteldeki bir turist için ise günlük ortalama 1,33 kg çamaşır yıkandığı tespit edilmiştir. Bir kg çamaşır için 11 litre su kullanıldığı varsayılarak bir turist için ortalama 30 litre su tüketildiği sonucuna varılmıştır. Çamaşırhanelerde tüketilen su miktarında kullanılan çamaşır makinalarının teknik özellikleri ve ayrıca yıkanan tekstil ürünlerinin özellikleri de etkili olmaktadır (Gössling, 2015: 105-106).

3.1.4. Mutfak ve Restoranlarda Su Tüketimi

Otellerdeki mutfaklarda ve restoranlarda su tüketimi evde su tüketiminden belli noktalarda farklılaşmaktadır. Ticari işletmelerde özellikle restoranlar ve otellerin mutfaklarında çalışma saatlerinin uzunluğu ve ölçeklerinin büyüklüğü nedeniyle su tüketimi evlerden çok daha fazla olmaktadır. Otellerde ve restoranlarda mutfak lavabolarından akan sular, evlerdeki lavabolardan daha fazla olmaktadır. Musluk seçiminde su tasarrufu sağlayan muslukların seçilmesi, su tüketiminde azalma yaratacaktır. California Ticari, Endüstriyel ve Kurumsal Sektör (CII-Commercial, Industrial and Institutional Sector) için

yapılan bir çalışma, oteller ve restoranların su tüketimlerinin toplam su tüketiminin üçte birini oluşturduğunu tespit etmiştir. Ayrıca restoranlarda bulaşık makinalarının su tasarrufu sağlama özelliğine sahip olması, su tüketiminde %25 oranında bir azalma sağlamaktadır (Cohen vd., 2009: 4-11).

3.2. Otellerde ve Konaklama Tesislerinde Dolaylı Su Tüketimi ve Su Ayak İzi

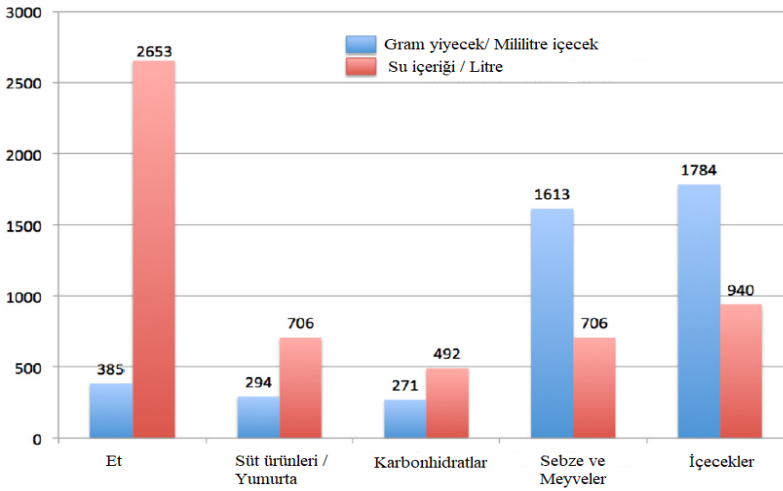
Dolaylı su tüketimi, önceki kısımlarda bahsi geçtiği üzere, otel ve konaklama hizmetlerinin sağlanabilmesi için gerekli olan otel inşası ve otelin bakım ve onarım işleri, yiyecek ve içecek tedariki ile konaklama hizmetini sürdürebilmek için gereken enerjinin sağlanmasından kaynaklı su tüketimidir.

Otel inşaatını da kapsayacak biçimde genel olarak inşaatların en önemli üretim girdisini çimento oluşturmaktadır. Bu konuda yapılan bir çalışma, otellerin inşasında çimento kullanımı için gereken su miktarının 1 m²'lik alan için ortalama 85 ile 97 litre kadar olduğunu tahmin etmiştir. Otelin inşası için gerekli toplam su miktarının veri yıldaki gecelik ziyaretçi sayısına ve otel ömrüne bölünmesiyle bir ziyaretçi için tüketilen dolaylı su miktarı yaklaşık 0.2 litre olarak tahmin edilmiştir (Gössling, 2015: 235).

Dolaylı su tüketiminde önemli paya sahip bir diğer faaliyet, yiyecek ve içecek tedarikidir. Dolaylı su tüketimi yaklaşımı, bir içecek ya da yiyeceğin üretimi için doğrudan kullanılan su miktarının yanında üretimin başlangıcından nihai tüketime kadar olan tedarik zinciri boyunca ürünün ihtiyaç duyduğu su miktarını da dikkate almaktadır. UNESCO (2009), bir kişinin günlük yiyecek ihtiyacını karşılayabilmek için 2500 litre suya ihtiyacı olduğunu tespit etmiştir. Gössling (2015) tarafından 150 yiyecek türü ve 60 içecek türü dikkate alınarak Yunanistan'da bir otel için yapılan araştırma, ortalama günlük bir turistin 3.122 kg yiyecek ve 1.784 litre (0.611 litresi alkollü içecekler olmak

üzere) içecek tükettiğini ortaya koymuştur. Bu yiyecek ve içeceklerin içerdiği su miktarları, Mekonnen ve Hoekstra (2012)'nin çalışmalarındaki ölçümler esas alınarak tahmin edilmiş ve bir turistin günlük tükettiği yiyecek ve içeceklerin içerdiği su miktarları sırasıyla 4557 ve 940 litre olmak üzere toplam 5497 litre olarak hesaplanmıştır.

Şekil 2. Turistlerin Tüketimlerine Göre Yiyecek ve İçecek Gruplarının Dağılımı ile Tüketilen Su Miktarı



Kaynak: Gössling, 2015: 242

Şekil 2 yiyecek gruplarında yiyeceklerin miktarları ile bu miktarları üretmek için ne kadar su kullanılması gerektiğini göstermektedir. Buna göre sebze ve meyvelerde tüketilen miktarlara oranla daha az su kullanılmaktadır. Turistlerin genel olarak et ve et ürünlerine olan talepleri yüksek olduğundan, sebze ve meyvelerin tüketimini teşvik etmek bir politika seçeneği olarak uygulanabilir görünmemektedir. Turizm sektöründe su tasarrufuna yönelik politikalar, bir taraftan turistleri su tüketiminde tasarruf yapma konusunda bilinçlendirmeye yönelik kampanyalar şeklinde yürütülmekte, diğer yandan ise üretiminde fazlaca su kullanılan ve doğada tahribat yaratma kapasitesi yüksek olan plastik gibi atıkların geri dönüştürülmesi ve daha az

kullanılmasına dönük teşvik edici atılımlar şeklinde izlenmektedir.

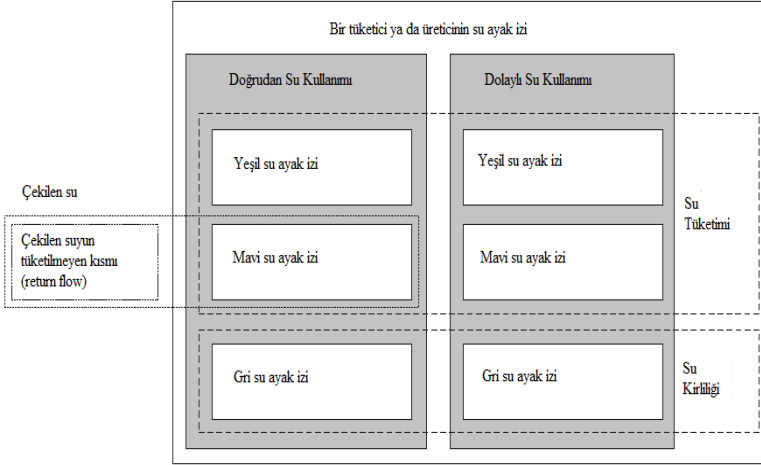
Su tüketimi, enerji kaynaklarının üretiminin yanı sıra dağıtımında ve dağıtımı için gerekli altyapının oluşturulmasında yoğun bir şekilde gerçekleşmektedir. Bir gecelik konaklama için gerekli enerji tüketim miktarı 272 MJ (75 kWh ya da 7 litre dizel) olarak tahmin edilmektedir. 1 litre dizel için 10 litre su kullanıldığı varsayıldığında, bir gecelik konaklamanın 70 litre su tüketimine yol açtığı sonucuna varılabilir¹⁰. 2010 yılında turizm ulaşımı için gerekli enerjiden kaynaklı su tüketiminin turist başına gecelik 130 litre olduğu tahmin edilmektedir. Mesafe, kullanılan ulaşım aracı ve yakıt türüne göre bu miktar 5 litre ile 2500 litre arasında değişkenlik gösterebilmektedir (Gössling vd. 2015: 119-120).

Dolaylı su tüketimini tahmin edebilmek doğrudan su tüketimine göre daha zordur. Dolaylı su tüketimini tahmin edebilmek amacıyla birtakım kavramlar ortaya konmuş ve araçlar geliştirilmiştir. 1990'lı yılların başında Tony Allan tarafından ortaya atılan sanal su kavramı bu araçlardan biridir. Bir başka önemli kavram ise 2002 yılında Arjen Hoekstra tarafından ortaya konan su ayak izidir. Su ayak izi, bir ürünün üretiminden nihai kullanıcıya ulaştığı noktaya kadar olan aşamalarında kullanılan doğrudan ve dolaylı tatlı su miktarını ölçmektedir. Ayrıca, su ayak izi, suyun kaynağına göre tüketilen suyun miktarını ve kirlilik türüne göre de kirlilik hacmini mekân ve zaman boyutuyla göstermektedir. Ürünlerde kullanılan suyun niteliğinin de hesaplamaya dahil edilmesi su ayak izinin çok boyutlu bir gösterge haline getirmektedir. Bu doğrultuda, su kullanımıyla

¹⁰ Yiyeceklerin üretimi, helikopter kullanımı ve su kayağı gibi faaliyetler için kullanılan enerji kapsam dışında tutulmuştur. Yapılan hesaplamalarda yalnızca konaklamada ve otele geliş ve gidişlerde sağlanan ulaşımlarda kullanılan enerji baz alınmıştır.

ilgili olarak yeşil, mavi ve gri olmak üzere üç ayrı kategori geliştirilmiştir.

Şekil 3. Su Ayak İzi Çeşitleri



Kaynak: Hoekstra vd., 2011

Mavi su ayak izi, bir malı üretmek için gerekli olan yüzey ve yer altı tatlı su kaynaklarını ifade etmektedir. Yeşil su ayak izi, yağmur sularını simgelemektedir. Gri su ayak izi ise su kirliliğini ifade etmek için kullanılmakta, kirlilik yükünün azaltmak ya da ortadan kaldırmak için kullanılan tatlı su miktarı olarak tanımlanmaktadır. Su ayak izi turizm sektöründe özellikle konaklama birimlerindeki dolaylı su tüketimlerini tahmin amacıyla kullanılmaktadır.

4. SONUÇ

Turizm insanlık var olduğundan beri çeşitli formlarda devam eden bir faaliyet olmakla birlikte günümüzdeki formasyonunda kitlesel olarak yaygınlık kazanmış ve gelişen teknoloji ve bilimsel gelişmelerle birlikte de hızla talebi artan bir konuma ulaşmıştır. Buna karşıt olarak artan su tüketim talebi ve

iklim krizi gibi sebepler su kaynaklarına erişimi hızla azaltmaktadır.

Doğrudan su tüketiminin yanında dolaylı su tüketimi de dikkate alındığında turizm su tüketiminin, ekonomisi turizm sektörüne bağımlı olan bölgeler için başta olmak üzere tüm ekonomik birimler üzerinde önemli etkileri olduğu göz ardı edilemez bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Otel ve konaklama tesislerinde yapılan sulama işlemleri, odalarda tüketilen su (tuvalet duş..vb), çamaşırhanelerde ve temizlikte tüketilen su, havuzlarda (doldurulması, temizliği ve bakımı, buharlaşma) ve mutfakta yiyeceklerin hazırlanması için doğrudan tüketilen su miktarları yanında turizm faaliyetinde tüketilen yiyeceklerin üretim aşamasından başlayarak tüm tedarik zinciri boyunca nihai tüketime hazır hale gelinceye kadar tüketilen su, kullanılan enerji kaynaklarının tüm tedarik zincirini içerecek biçimde içerdiği su, otelin inşasından, turizm ilgili pazarlama ve satış boyunca tüketilen su gibi tüm faaliyetlerin kapsayıcı olarak değerlendirilerek ele alındığı su tüketim miktarı bize ilk etapta gördüğümüzün ardındaki gerçek su ihtiyacını ve tüketimini sunmakta ve politika üretilmesini desteklemektedir.

Sürdürülebilir turizmin önemli bir bileşeni olarak su tüketiminin ve yönetimine ilişkin politikaların en başta otel ve konaklama tesisleri başta olmak üzere tüm paydaşları içerecek biçimde ele alınarak bu konuda gerekli analizlerin ve çalışmaların yapılması önemini korumaktadır.

Konu kapsamında turizm konaklama ve otel görevlileriyle yapılan görüşmelerde genel olarak su tüketimi ve sürdürülebilir su kaynakları yönetimi konusunda sektörde bir bilinç oluşmadığı, tarım sektöründe benzer biçimde kaçak su kullanımlarının da varlığı gözlemlenmiştir. Yapılan bu gözlemler bize turizm su tüketimi konusundaki çalışmaların önemini bir kez daha hatırlatmış, turizm sektöründe otel ve konaklama tesisleri başta

olmak üzere politika yapıcılar ve diğer tüm paydaşların sürdürülebilir su tüketimi konusunda bilinçlenmesi gerektiğini göstermiştir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, G. (2018), Su Kullanımı Açısından Turizm Sektörünün Sürdürülebilirliği: Çevresel Girdi-Çıktı Modeli Çerçevesinde Bir Analiz, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, Antalya
- Aslanoğlu, R, 1992, Kentlerin Kökeni Üzerine Bir Değerlendirme, Uludağ Üniversitesi iktisadi ve idari Bilimler Fakültesi Dergisi Cilt: XIII, Sayı: 1-2, Mart-Kasım 1992
- Brown, A. ve Matlock, M. D. (2011). A Review of Water Scarcity Indices And Methodologies. *White Paper*, 106.
- Cohen, R., Ortey, K. ve Pinkstaff, C. (2009). Increasing Water Efficiency in California's Commercial, Industrial and Institutional (CII) Sector. NRDC(National Resources Defense Council) Issue Paper, New York.
- FAO. (2011). The State of the World's Land and Water Resources for Food and Agriculture (Solaw) – Managing Systems at Risk. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome and Earthscan, London.
- Gleick P. H. ve Palaniappan M. (2010). "Peak Water Limits to Freshwater Withdrawal and Use". *Proc Natl Acad Sci*, 107(25): 11155-11162.
- Gökçe, N. (2022). Küresel Su Stresi ve Ölçüm Yöntemleri. *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 7(1), 189-208.

- Gössling, S. (2001). "The Consequences of Tourism for Sustainable Water Use on a Tropical Island: Zanzibar, Tanzania". *Journal of Environmental Management*, 61(2): 179–191.
- Gössling, S. ve Peeters, P. (2015). "Assessing tourism's Global Environmental Impact 1900–2050". *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5): 639-659.
- Gössling, S., Peeters, P., Hall, C.M., Ceron, J.P., Dubois, G., Lehmann, L.V., Scott, D. (2012). "Tourism and Water Use: Supply, Demand, and Security. An International Review". *Tourism Management* 33 (1): 1–15.
- Hoekstra, A. Y., Chapagain, A. K., Aldaya, M. M., ve Mekonnen, M. M. (2011). *The Water Footprint Assessment Manual: Setting the Global Standard*. Earthscan, London.
- Hoekstra, A. Y., ve Mekonnen, M. M. (2012). "The Water Footprint of Humanity". *Proceedings of the National Academy of Sciences* 109(9): 3232-3237.
- IMF. (2013). Identifying Resource Efficiency Improvement Potential to Enhance Competitiveness of Sri Lanka's Hotel Industry, International Finance Corporation (IFC).
- Peister, Carly. (2014). Water Use on Ontario Golf Courses. Published Master's Thesis, University of Waterloo, Ontario, Canada
- Srinivasan, V., Lambin, E.F., Gorelick, S.M., Thompson, B.H. ve Rozelle, S. (2012). "The Nature and Causes of the Global Water Crisis: Syndromes from a Meta-Analysis of Coupled Human-Water Studies". *Water Resources Research* 48 (10): 1-16
- UNESCO (World Water Assessment Programme). (2009). United Nations World Water Development Report 3.

Water in a Changing World . Paris: UNESCO ve Earthscan London.

World Watch Institute, “Matters of Scale - Planet Golf”.
<http://www.worldwatch.org/node/797>, (erişim tarihi:
06.05. 2018).

Yang, M. Y., Hens, L., De Wulf, R. ve Ou, X. K. (2011).
“Measuring Tourist’s Water Footprint in A Mountain
Destination of Northwest Yunnan”. China. Journal of
Mountain Science, 8(5): 682–693.

ANALYSING THE POTENTIAL IMPACT OF IFRS 15 ON REVENUE ITEMS: A CASE STUDY OF AN AUTOMOTIVE SUPPLIER FIRM IN TURKEY

Nabi KÜÇÜKGERGERLİ¹

1. INTRODUCTION

The implementation of International Financial Standard (IFRS) 15 represents a significant change for entities reporting under IFRSs, commencing after January 1, 2018. This accounting standard, which replaces the previous IAS 18 and its associated interpretations, has been developed through a cooperative endeavour involving both the Financial Accounting Standards Board (FASB) and the International Accounting Standards Board (IASB). Their joint objective was to create a consistent and harmonized set of accounting principles that align IFRSs with US GAAP, thus enhancing global financial reporting uniformity (Deloitte, 2018). IFRS 15 is applicable to various sectors and encompasses a wide range of revenue transactions. Central to IFRS 15 is a comprehensive five-step model for revenue recognition, fostering greater transparency and comparability in financial statements. Companies transitioning to these standards faced choices regarding retrospective or modified retrospective application methods, impacting the presentation of their financial results. Ultimately, IFRS 15 underscores the importance of global

¹ Asist. Prof., İstanbul Health ve Technology University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, nabi.kucukgergerli@istun.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2995-5188.

harmonization in accounting standards, offering a pivotal contribution to this objective.

The IFRS 15 Standard introduces a higher level of complexity and provides more detailed guidelines in comparison to its predecessors, including IAS 11 and IAS 18 and related interpretations. The heightened level of complexity necessitates that certain entities should undergo significant revisions to their revenue recognition policies. Notably, IFRS 15 demands the application of significant judgment in certain areas, such as determining the timing of revenue recognition, handling variable consideration, and identifying performance obligations. For entities transitioning to IFRS 15, this has necessitated a comprehensive review and potential overhaul of their revenue recognition practices. These changes can significantly influence a company's financial statements by altering when and how revenue is recognized, thus having a consequential impact by affecting the timing and magnitude of revenue recognition and, consequently, key financial metrics. The implementation of IFRS 15 can present various challenges, including data collection, system upgrades, and staff training, as entities adapt to the new and more complex requirements.

IAS 18 outlines distinct revenue recognition criteria for goods and services, while IFRS 15 eliminates this differentiation. Instead, the new standard emphasizes the identification of performance obligations and distinguishes between obligations that are satisfied "at a point in time" and those that are satisfied "over time." The determination of whether an obligation is satisfied "over time" hinges on the transfer of control of goods or services to the customer. Under IFRS 15, the new revenue model allows for the recognition of revenue over time for some deliverables that were previously accounted for as goods under IAS 18 (such as contract manufacturing). It also enables the recognition of revenue at a point in time for some deliverables

that were previously accounted for as services under IAS 18 (such as certain construction contracts) (IFRS 15) The variations between IAS 18 and IAS 15 are illustrated in Figure 1.

Figure 1. Variations Between IAS 18 and IAS 15

Previous Standard	Revenue recognition		New Standard	Revenue from contracts with customers		
	IAS 11	Construction contracts		IFRS 15	Point in time or over time	
	IAS 18	Sales of goods			New guidance on royalty revenue	
					New guidance on options for additional goods and services and breakage	
	IAS 18	Sales of services				
	IFRIC 15	Real estate sales		Guidance on non-cash consideration		
	IAS 18	Royalties		New guidance on costs of obtaining and fulfilling a contract		
	IFRIC 13	Customer loyalty programs				
		Transfers of assets from customers		Other revenue		
	IFRIC 18	Advertising barter transactions				
	Previously little guidance on costs of obtaining and fulfilling a contract					
		IAS 39	Interest			
		IFRS 9	Dividends			
Other revenue						
IAS 18	Interest					
IAS 18	Dividends					

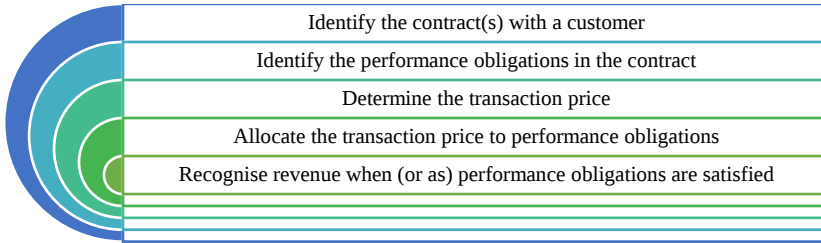
Source: Deloitte,

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/lu/Documents/audit/lu-IFRS-15.pdf>

IFRS 15 principles mandate that entities should recognize revenue in a manner that faithfully represents the transfer of goods and services to their customers. Furthermore, the recognized amount should be reflective of what the entity expects to receive in exchange for these goods and services. To operationalize this principle, IFRS 15 introduces a comprehensive five-step model that aligns with this core tenet. Each step in this model contributes to ensuring that revenue recognition accurately captures the dynamics of goods and services transfer. Figure 2 illustrates this five-step model. Notably, the adoption of this core principle and the associated

model represents a substantial departure from previous revenue recognition guidelines and underscores the critical importance of faithfully representing these transactions in financial statements.

Figure 2. IFRS 15 The Five-Step Model



Source: IFRS 15

<https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/publications/pdf-standards/english/2021/issued/part-a/ifrs-15-revenue-from-contracts-with-customers.pdf>

One of the important sectors that IFRS 15 directly affects is the automotive supplier sector. Automotive suppliers grappled with the imperative need to make substantial adjustments to their accounting practices considering the adoption of IFRS 15. The transformation is particularly evident in various areas, including framework agreements, such as price adjustment modifications, tooling agreements, and serial production agreements under IFRS 15. Take framework agreements, for instance; they previously might have been subject to different accounting treatment, but under the new standard, they demanded meticulous scrutiny. Similarly, tooling arrangements, revisions to existing contracts, and price adjustments necessitate a comprehensive reevaluation of how revenue is recognized. In the realm of serial production, changes in the timing and allocation of revenue compared to previous practices add complexity to the adjustment process. Navigating these shifts as automotive suppliers confront revised contract terms and adapt their accounting methodologies presents a significant challenge. Notably, these changes have far-reaching implications for financial reporting, potentially altering how

revenue is recognized and disclosed in their financial statements (KPMG 2018).

The objective of this paper is to examine the effect of IFRS 15 on automotive suppliers, using a case study. In this case study, the company's management focuses on tooling sales. The company management wants to recognize tooling sales over the periods instead of at a point. But the auditor of the company disagrees with this. The auditor has given technical compilation under IFRS 15. We have evaluated this compilation.

2. LITERATURE ON IFRS 15 STANDART

In the specialized literature we have analyzed, there are varying findings concerning the impact of IFRS 15.

Kivioja's 2018 study investigates the impact of IFRS 15 on analyst forecasts, primarily focusing on EPS forecasts. The research findings indicate that IFRS 15 did not significantly affect the accuracy of EPS forecasts, in line with the efficient market theory, which suggests that share prices primarily depend on investor expectations and are less influenced by accounting changes. However, the study did observe a temporary decline in the accuracy of sales forecasts, implying a limited and selective impact of IFRS 15 on forecasting precision, ultimately suggesting that analysts' accuracy was only temporarily affected and specifically for certain performance indicators.

In Aladwan's 2019 study, the focus is on the impact of IFRS 15 adoption on Jordanian companies, specifically in the sectors of mining, construction, and engineering. The research seeks to evaluate whether the premature adoption of IFRS 15, replacing IAS 18 regarding revenue recognition, has had an impact on the revenue levels and stock prices of these companies. The study's findings provide compelling evidence that the

adoption of IFRS 15 has had an impact on the transparency and quality of financial information disclosed in the financial statements of the industries in question. Furthermore, there is a significant difference observed in revenue and stock prices before and after implementing the new standard. Interestingly, both revenue and stock prices are found to have declined following the incorporation of IFRS 15.

In Mattei and Paoloni's 2019 study, the research delves into the analytical connection between the potential effects of IFRS 15 and the quantity and quality of information presented in the annual reports generated during the two years preceding the adoption of this recent accounting standard. The study identifies that within the examined companies, certain managers effectively Find an equilibrium between the concerns of stakeholders and their anticipations, aligning them with the company's objectives. This managerial competence is evident through the inclusion of information related to IFRS 15 in the disclosures within the annual reports. These disclosures act as a mechanism to improve communication between stakeholders and the company. When annual reports contain richer and higher-quality information, it signifies a more efficient relationship between management and stakeholders.

In Napier and Stadler's 2020 study, the focus is on examining the effects resulting from the implementation of the latest IFRS standard on economic entities, capital markets, and cash flows. The analysis of Europe's largest companies reveals that, for the majority of the studied firms, the impact of the IFRS 15 standard has been relatively minor, although there are exceptions in industries like telecommunications. Overall, there has been an increase in transparency, and the information generated by the adoption of IFRS 15 has been leveraged by certain companies to reevaluate their business strategies and operations. This study highlights the varied impact of accounting

standards on different sectors and underscores the role of transparency in financial reporting.

Adding to previous literature, in our study, we have evaluated the impact of IFRS 15 on automotive suppliers. Furthermore, in our paper, we focus on sectoral interpretations.

3. CASE STUDY: TOOLING AGREEMENT

The automotive supplier sector plays an important role in the automotive industry. The implementation of IFRS 15 has impacted largely automotive suppliers' revenue recognition procedures. Therefore, this paper aims to investigate the effects of IFRS 15 on automotive suppliers in a lived-case study.

Case: ABC Company is an automotive supplier in Turkey, specializing in manufacturing consoles designed for various types of vehicles.

The company has signed a deal with an Original Equipment Manufacturer (OEM) to manufacture a specially designed console for the upcoming automobile models. According to the agreement, the company will develop a specialized tool for console production before serial production.

Under the terms of this agreement, the OEM will pay a total of 3 million euros for the tool's development. This financial commitment will be disbursed in three instalments. The first payment of 1 million euros will be made on the agreement day. The second payment of 1 million euros will be made upon the successful technical acceptance of the tool's development. The final payment will be made before commencing the serial production.

OEM's engineers will supervise the production of the tool during the three-year development period. Their responsibility is to ensure that the tool meets the project's quality standards. The

OEM engineer will conduct technical acceptance assessments at various stages of the tool's development to ensure compliance with the agreed-upon specifications. This tool will take three years to develop.

Additionally, OEM's engineers will give approval to the tool before serial production. This approval is named Production Part Approval, which means the OEM accepted the tool.

In early 2018, the company's management assessed how the implementation of IFRS 15 would affect revenue recognition.

Before the new standard was implemented, the revenue recognition process for this tooling relied on the approval of each technical step. Once each technical step had obtained approval, the corresponding portion of revenue had been recognized.

According to company management recognition of revenue related to tooling sales should be recognized over time using the percentage of completion method, rather than at a single point. This approach would enable the company to spread the revenue over three years. As a result, the company's revenue will be higher.

The company based this application on IFRS 15 paragraph 39 of section c (IFRS 15,35). According to:

An entity transfers control of a good or service over time and, therefore, satisfies a performance obligation and recognizes revenue over time, if one of the following criteria is met:

(c) the entity's performance does not create an asset with an alternative use to the entity and the entity has an enforceable right to payment for performance completed to date.

There is a disagreement between the company's management and auditors regarding revenue recognition for

tooling sales. The auditors has advocated for revenue recognition at a specific point in time, contending that this point should align with the approval of commencing the serial production process, known as the Production Part Approval Process (PPAP)

The company management rejected the auditor's suggestion and wanted a detailed explanation from the auditors. The auditors have given a detailed explanation related to tooling sales.

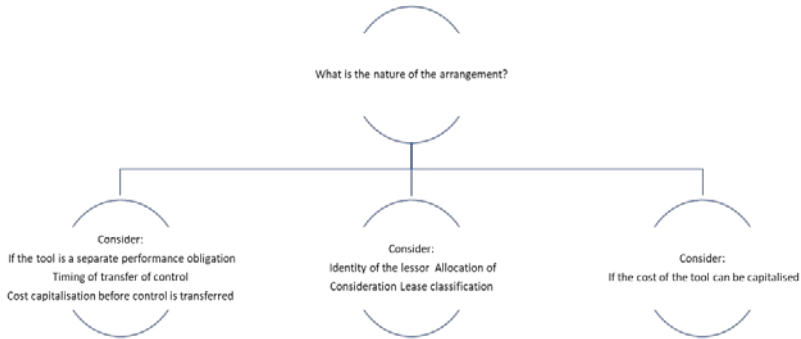
3.1.Auditor Technical Response under IFRS 15

Tooling arrangements commonly take the form of contracts or Master Supply Agreements forged between an OEM and an automotive supplier. In these agreements, the supplier undertakes the construction or acquisition of specialized tools designed exclusively for the manufacturing of custom parts ordered by the OEM. These tools are inherently tailored to the specific requirements of the OEM, rendering them unsuitable for use by any other customer.

Typically, the supplier assumes the responsibility for tool maintenance, and the tool remains physically located at the supplier's facilities, serving an integral role in its production processes. Normally, the tool is utilized throughout its entire useful lifespan, with little to no substantial residual value. This is primarily due to the improbability of another supplier employing the same tool for their production needs. These agreements can fall into three distinct categories, encompassing provisions for the sale, lease, or development of the supplier's own plant property and equipment.

Figure 3 demonstrates the application of key factors when determining the suitable accounting treatment for tooling arrangements.

Figure 3. Tooling accounting



In this case, ABC company's tooling transaction can be classified under tooling sales. We first need to determine the tooling is a separate performance obligation. According to the agreement made between the OEM and the company, there are two obligations one of them is producing the tool and producing the console. So, we can consider that the tooling process has a separate performance obligation.

According to IFRS 15 paragraph 35 summarizes how each of the over-time criteria may apply to automotive supplier and tooling sales.

Paragraph 35a

The customer simultaneously receives and consumes the benefits provided by the entity's performance as the entity performs (IFRS 15, 35a)

This paragraph does not apply to tangible items like parts or tools, as the benefits of these items are not immediately consumed by customers during the supplier's performance, However, it may be relevant to service offerings, such as engineering activities.

Paragraph 35b:

The entity's performance creates or enhances an asset that the customer controls as the asset is created or enhanced. (IFRS 15,35b)

This paragraph is typically satisfied when a supplier is engaged in work on assets owned by the OEM. In such instances, the work either generates or improves a resource under the supervision and control of the OEM. Therefore, modifying parts owned by the OEM can align with this criterion. So, tooling sales are not covered within the scope of this paragraph.

Paragraph 35c:

The entity's performance does not create an asset with an alternative use to the entity and the entity has an enforceable right to payment for performance completed to date (IFRS 15,35c)

This paragraph is likely to commonly lead suppliers to recognize revenue over a period. It becomes particularly relevant when the contract terms grant the supplier entitlement to compensation in the event of contract termination. It is important to note that this criterion is applicable in cases where the contract cannot be cancelled. This means that either the contract itself or the relevant legal regulations require the supplier to fulfil their commitment by delivering specific components. In such cases, the OEM is obligated to provide compensation for these deliveries.

When assessing this paragraph, the initial aspect of the test, "no alternative use," is typically satisfied when the contract incorporates a clause preventing the sale of the manufactured part to any other entity. Such clauses are generally adequate to establish that the part lacks an alternative use for the supplier. In the case of specialized parts, the 'no alternative use' criterion can also be fulfilled if, at the commencement of the contract, the

supplier determines that it has no practical capability to repurpose the part for another application. Such a scenario could arise, for example, because of proprietary design specifications that are unique to the OEM.

Evaluating whether the supplier possesses a right to payment can pose certain complexities. This right doesn't necessarily have to be an absolute guarantee but should be legally enforceable in the event of contract termination for reasons other than supplier non-performance. To assess enforceability, it's crucial to consider the legal framework governed by the local laws relevant to the contract. The analysis should prioritize the examination of the supplier's legal entitlements rather than its intentions to enforce them.

Payment availability should extend throughout the performance period, ensuring that the compensation owed to a supplier encompasses, at a minimum, the work completed up to the current point and includes a reasonable profit margin. While the amount payable to the supplier doesn't necessarily have to align precisely with the contract margin, it should be based on a reasonable portion of the supplier's expected profit margin or an equitable return on the supplier's cost of capital. For example, a contract that permits the supplier to recover only its incurred costs upon termination by the OEM fails to meet the "right to payment" criterion as it lacks the inclusion of a reasonable margin. Similarly, milestone payments may not fulfill the "right to payment" requirement since they might not grant the supplier a claim to compensation that matches the work completed between the milestones.

Upon evaluating the agreement between the OEM and the company, it is clear that the company will receive payment upon termination. However, the exact amount is not specified. There is no mention in the agreement that OEM will pay an amount with

a reasonable profit margin. Considering the information provided, revenue generated from tooling sales is not compatible with “Performance obligations satisfied over time” criteria. So, revenue recognized related to tooling sales should be recognized at a point and that point is transfer of control of tooling to the OEM, that is Production Part Approval Process (PPAP).

4. CONCLUSION

The compulsory implementation of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers, commencing from 2018, has ushered in a substantial shift in the formulation of accounting policies, particularly concerning the assessment and recognition of profits within financial statements.

One of the important sectors that affect the change is the automotive supplier company. Automotive supplier companies have been affected in various way by the IFRS 15 standard. The standard has brought about a transformation in how automotive suppliers handle different phases of their projects.

The main objective of this study is to assess the impact of IFRS 15 on revenue recognition within the context of automotive suppliers.

A real-life case study, based on a disagreement between the auditor and the company management, was conducted to analyze tooling revenues in the automotive sector in accordance with IFRS 15. As a result of the real-life case study, it has been determined that the application of the IFRS 15 standard includes significant interpretations that can be changeable. Furthermore, it has been found that it should be addressed separately for each sector. Misinterpretation of the application can lead to a substantial alteration in revenue, thereby impacting the

company's financial performance. Upcoming research may focus on differences in IFRS 15 implementation across various sectors.

REFERENCES

- Aladwan, M. (2019). Fluctuations of stock price and revenue after the early adoption of IFRS 15, revenue from contracts with customers. *Italian Journal of pure and applied mathematics*, 41, 691-707.
- Deloitte 2018,
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/lu/Documents/audit/lu-IFRS-15.pdf>, Erişim tarihi : 31 Ocak 2023
- IFRS 15, <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/publications/pdf-standards/english/2021/issued/part-a/ifrs-15-revenue-from-contracts-with-customers.pdf> Erişim tarihi : 31 Ocak 2023
- Grosu, V., Mihailă, S., Jieri, N., Zlati, M. L., Socoliuc, M., & Cosmulese, C. G. (2022). Extended Implementation of IFRS 15 Integrated Model in Countries with an Emerging Economy. *Engineering Economics*, 33(4), 356-371.
- KPMG, 2018
<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/12/ifrs15-are-you-good-to-go-automotive-suppliers-external-guidance.pdf>, Erişim tarihi : 31 Ocak 2023
- Kivioja, T. (2019). The impact of IFRS 15 on analysts' forecast accuracy (Master's thesis, T. Kivioja).
- Mattei, G., & Paoloni, N. (2019). Understanding the Potential Impact of IFRS 15 on the Telecommunication Listed Companies, by the Disclosures' Study. *International Journal of Business and Management*, 14(1), 169–179.

Napier, C. J., & Stadler, C. (2020). The real effects of a new accounting standard: the case of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. *Accounting and Business Research*, 50(5), 474-503.

NASDAQ100 İLE BITCOIN ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Eda KAYHAN¹

Çağrı KORKMAZGÖZ²

1. GİRİŞ

Teknolojide günden güne gerçekleşen hızlı gelişmeler yaşamın her alanında hissedilmiş ve neredeyse bütün alanlarda işlerin yapılış şeklinde yenilikler görülmüştür. Gelişen teknolojinin finans dünyasına girmesiyle beraber karşımıza çıkan bir olgu olan finansal teknoloji, finans ve teknolojinin birleşmesiyle ortaya çıkmıştır. Finansal teknoloji, finans piyasalarını ve sistemlerini etkileyerek kullanılan piyasa araçlarında da değişikliğe neden olmuştur. Bu gelişmeler sonucunda geleneksel para ile birlikte sanal para da kullanılmaya başlanmıştır. Finansal teknolojinin getirmiş olduğu yeniliklerden bir tanesi olan kripto varlıklar finansal sistem üzerinde yarattığı değişiklikler ve yüksek volatilitesi sebebiyle yatırımcıların dikkatini çekmiştir (Corbet vd., 2018: 28).

İlk kripto para olan Bitcoin'in kullanılmaya başlanmasıyla birlikte kripto varlıklara olan ilgi artarak işlem hacimlerinde ve piyasa değerlerinde artış gerçekleşmiştir (Çağlar, 2007: 178; Karaağaç ve Altınırmak, 2018: 124). Kripto paralara artan ilgi, yatırımcıların kripto paraları da yatırım yapmak için bir araç olarak kabul etmelerine neden olmuştur. Böylelikle yatırımcıların

¹ Öğr. Gör., Çağ Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, Dış Ticaret Bölümü, edakayhan@cag.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5033-5579.

² Doktora Öğrencisi, Tarsus Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Doktora, korkmazgozcagri@gmail.com, orcid.org/00000003-1017-199X.

geleneksel yatırım araçlarının yanında kripto paralara da yatırım yapmaya başlamaları kripto paraların reel ekonomik faaliyetlerde gelecek yıllarda meydana gelecek gelişmeleri etkileyebilme potansiyelinin olduğu gerçeğini ortaya koymuştur. Tüm bu nedenlerle kripto paralar, üzerine düşülmesi gereken bir konu haline gelmiştir (Antonakakis vd., 2019: 37). Bu bağlamda geleneksel para piyasalarıyla kripto para piyasaları arasındaki ilişkinin incelenmesi önem arz etmiştir.

Piyasalar arasındaki ilişkinin yatırımcılar ve piyasa yapımcılar açısından önem arz edeceği düşünüldüğünden yapılan bu çalışmada Bitcoin ile Nasdaq100 Borsası arasındaki uzun ve kısa vadeli ilişkiler irdelenmiştir. Elde edilen veriler arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkiler incelenmiş, elde edilen bulgular paylaşılmıştır.

Çalışmada sırasıyla Bitcoin ve Nasdaq100 Endeksi hakkında bilgiler verilmiş ve daha sonra literatür taraması yapılmıştır. Veri seti, yöntem ve analizlerden sonra araştırmadan elde edilen bulgular ışığında sonuç kısmına yer verilerek çalışma tamamlanmıştır. Bu çalışmanın çıktılarının bu alanlara yatırım yapmayı planlayan kişi ve kurumlara ve aynı zamanda piyasa düzenleyicilere yol göstereceği düşünülmektedir.

2. KRIPTO PARA KAVRAMI VE BITCOIN

Geçmişten günümüze değişim aracı olarak kullanılan para bilimsel, sosyal ve ekonomik gelişmeler sonucunda altın gibi somut araçlardan kripto gibi soyut araçlara doğru değişim göstermiştir (Yıldırım, 2019: 269). Genellikle somut şekilde bulunan emtia para bilişim teknolojileriyle birlikte soyutlaşarak dijital para, sanal para ve kripto para şeklini almıştır. Yaygınlaşan internet ve elektronik ticaret, aracısız işlem yapma ve işlem maliyetlerini azaltma isteği kripto paraların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yıldırım, 2019: 266). CRYPTO ve CURRENCY

kelimelerinin birleşmesinden oluşan Kripto, Türkçe anlamıyla şifreli para demektir. Sanal cüzdanlardan şifre ile alınıp çıkarılması sebebi ile “şifreli” anlamında kullanılmaktadır (Turan, 2018: 2). Öte yandan sadece dijital ortamda yaratılıp yine aynı dijital ortamda işlem gördükleri için kripto paralara sanal para da denmektedir (Alpago, 2018: 414). Dijital para, e-para vb. olarak da tanımlanan kripto paralar, maliyeti yok denecek kadar az olduğu ve kamu ya da merkezi sistem tarafında yönetilmediği için kişi ve kurumlar tarafından çok fazla ilgi görmüş ve sanal piyasalarda garantör olmaksızın kullanılmaya başlanmıştır (Dizkırıncı ve Gökgöz, 2018, 93). Kripto paraların likiditeleri ve işlem hacimleri yüksektir, bu özellikleriyle de bazı yatırımcılar açısından bir avantaj olarak değerlendirilerek bağımsız varlık kategorisine alınmışlardır (Sontakke ve Ghaisas, 2017: 11). Teknolojinin gelişimiyle kripto paraların da dünya genelinde kullanımının hızla arttığı bilinen bir gerçektir (Dizkırıncı ve Gökgöz, 2018, 93).

2022 yılında 9 bin üzerinde kripto para mevcutken 2023 itibarıyla piyasada 22 binden fazla kripto para birimi olduğu düşünülmektedir. Fakat bu kripto paraların çoğu aktif değil ya da üretilmemektedir. İlk 20 kripto para birimi toplam pazarın neredeyse yüzde 90’ını oluşturmaktadır. Kripto paraların toplam piyasa değerinin ise 1 trilyon dolardan fazla olduğu tahmin edilmektedir (<https://www.statista.com>, 2023). En çok kullanılan ilk 10 kripto para birimi sırasıyla Bitcoin, Ethereum, Tether, Binance Coin, XRP, US Dollar Coin, Solana, Cardano, Dogecoin ve Tron’dur (<https://www.forbes.com>, 2023).

Finansal teknolojilerdeki yeniliklerden biri olan kripto para, 2009 yılında Satoshi Nakamoto tarafından açık kaynak koduyla oluşturulan Bitcoin yazılımının diğer kullanıcılar ile internet üzerinden paylaşılmasıyla ortaya çıkmıştır. İlk kripto para olan Bitcoin’in yaratıcısı olduğu düşünülen Satoshi Nakamoto’nun tam kimliği bilinmemekle birlikte Japon olduğu

ve 2010 yılının sonlarında oluşturduğu Bitcoin sisteminden ayrıldığı söylenmektedir (Pirinççi, 2018: 46).

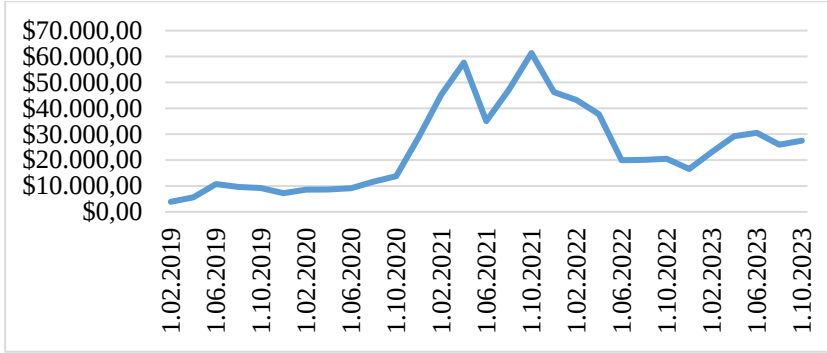
Çalışma prensibi kriptografi (şifreleme) yöntemine dayanan ve sistem kullanıcıları tarafından oluşturulan Bitcoin, fiziki karşılığı olmayan, üretimi sanal olarak yapılan, internet aracılığıyla fiziki paraya karşı alınıp satılabilen ve değişim aracı olarak kabul edilen sanal bir varlıktır (Yüksel, 2015: 199; Kaplanhan, 2018: 105). Kripto paraların günümüzde en yaygın kullanımı olan Bitcoin, belirli bir otoriteye bağlı olmaksızın fon aktarımının ülke sınırlaması olmadan kolaylıkla ve hızlı bir şekilde yapılmasını sağlayan ve sanal olarak ifade edilen bir para birimi olarak da tanımlanmaktadır (Ege ve Şahin, 2016: 300). Sistem maksimum 21 milyon adet Bitcoin üretecek şekilde hazırlanmıştır ve 1 Ekim 2023 tarihi itibarıyla 19.505.637 adet Bitcoin'in dolaşımda olduğu görülmektedir (<https://www.coinbase.com>, 2023).

Bitcoin herhangi bir gerçek para birimine bağlı değildir ve Bitcoin kuru arz ve talebe göre değişmektedir. Gerçek paranın Bitcoin ile değiştirilebileceği platformlar bulunmakla birlikte, isteyen kişiler ürün ve hizmet satarak ya da sistemde mining (madencilik) yaparak Bitcoin elde edebilmektedirler (Yüksel, 2015: 199). Denetimden korunma avantajları, yüksek teknoloji ile saklama koşulları, yüksek likidite ve düşük maliyet yatırımcılar açısından Bitcoin'i tercih etme sebebi olarak görülmektedir (Yermack, 2017: 7). Öte yandan Bitcoin'in, bir kişi ya da merkez tarafından yönetilmeyen, ihracı ve güvencesi resmi ya da özel bir kuruma ait olmayan bir kripto para birimi olması Bitcoin ile yapılan alım satım ve alışverişlerin ne kadar güvenilir olduğu konusunda tartışma yaratmaktadır (Sönmez, 2014: 8). Öyle ki, geleneksel paranın yatırım ve tasarruf aracı olma özelliklerini taşıyan Bitcoin, bir otorite tarafından kontrol edilmemesi ve yasal düzenlemelere tabi olmaması nedeniyle de geleneksel parayla

farklılıklar göstermekte ve bu sebeple bazı kesimler tarafından hala para olarak kabul edilmemektedir (Wandhöfer, 2017: 248).

Günümüzde Bitcoin ile birlikte madeni veya kağıt paraya ihtiyaç duyulmadan, tamamı elektronik ortamda oluşturulan bir para sistemi geliştirilmiştir (Alpago, 2018: 413). İlk işlem gören kripto para olan Bitcoin, en yüksek işlem hacmine sahip olan kripto para özelliğini de taşımaktadır. Yatırımcıların Bitcoin'e olan ilgisi zaman içinde değişkenlik göstermiş ve bu durum yıllar içinde Bitcoin piyasa değerine de yansımıştır (Korkmazgöz vd., 2022: 95).

Şekil 1. Bitcoin Piyasa Fiyatı (ABD \$).



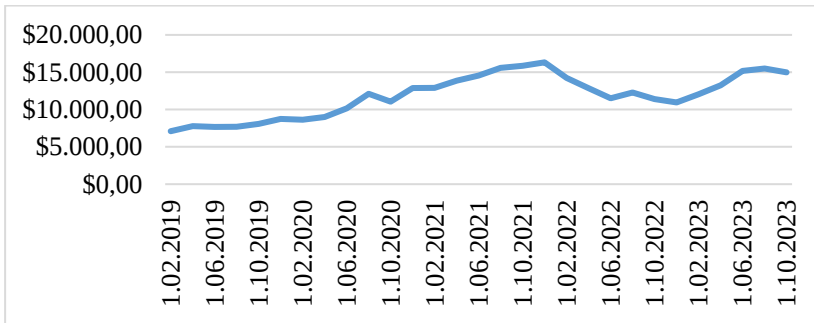
Kaynak: (<https://tr.investing.com> verileri ile yazar tarafından oluşturulmuştur)

Şekil 1 incelendiğinde Bitcoin fiyatının yıllara göre gösterdiği değişim göze çarpmaktadır. Kullanıcıların ilgisi belirli dönemlerde Bitcoin'i zirve fiyatına taşıırken zaman zaman azalan ilgi ile birlikte fiyatta düşüşler meydana gelmiştir. Şubat 2019 ile Ağustos 2023 tarihleri arasında Bitcoin'in piyasa değerinin değişimi ABD doları olarak gösterilmiştir. Şubat 2019'da 4.000 Amerikan doları seviyesinde işlem gören Bitcoin Ekim 2021'de 61.500 Amerikan doları seviyelerine ulaştıktan sonra Ekim 2023 itibarıyla 27.500 Amerikan doları seviyelerine gerilemiştir.

3. NASDAQ100

Borsa, bir emtianın ve menkul kıymetlerin fiyatlarının serbest bir şekilde oluştuğu, alıcı ve satıcıların karşılaşarak arz ve talebin bir araya geldiği ve alım satım işlemlerinin belirli kurallar çerçevesinde gerçekleştiği organize piyasalardır (Erolgaç, 2020: 20). Borsalarda hisse senetlerinin alım satımının yanı sıra, bono ve tahvillerin alım satımı menkul kıymetler borsasında, döviz ticareti döviz borsalarında ve ticari mal alım-satımı da emtia borsalarında yapılmaktadır (Işık, 2012: 216). Borsa denildiğinde ilk akla gelen menkul kıymetler borsasının piyasa değeri bakımından en büyük borsalarından biri olan Nasdaq, 1971 yılında New York'da kurulmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'ne ait en büyük elektronik ve otomatik borsa olma özelliği taşıyan Nasdaq, dünyanın teknoloji borsası olarak kabul edilmektedir ve 2023 itibarıyla 24,54 trilyon dolarlık piyasa değerine ulaşmıştır. 31 Ocak 1985 tarihinde kurulan Nasdaq100 (NDX) borsada işlem gören en yüksek piyasa değerine sahip 100 teknoloji, sağlık hizmetleri, tüketim malları ve hizmetleri ile sanayi gibi popüler sektörlerden birçok yüksek performanslı şirketi kapsamaktadır (<https://www.nasdaq.com>, 2023).

Şekil 2. Nasdaq100 Endeksi Piyasa Fiyatı (ABD \$).



Kaynak: (<https://tr.investing.com> verileri ile yazar tarafından oluşturulmuştur)

Şekil 2’de Şubat 2019 ile Ağustos 2023 tarihleri arasında Nasdaq100 endeksinin piyasa değerinin değişimi ABD doları olarak gösterilmiştir. Şubat 2019’da 7.000 Amerikan doları seviyesinde işlem gören Nasdaq100 endeksi Aralık 2021’de 16.500 Amerikan doları seviyelerine ulaştıktan sonra Ekim 2023 itibarıyla 15.000 Amerikan doları seviyelerine gerilemiştir.

Çalışmaya literatür taraması ile devam edilmiş ve ardından Nasdaq100 endeksi ile Bitcoin arasındaki ilişki irdelenmiştir. Elde edilen bulgular açıklayıcı tablolar halinde paylaşılmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

4. LİTERATÜR

Literatürde Bitcoin ile ilgili birçok faktörle ilişkilendirilmiş çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Konu ile ilgili yapılan bazı önemli çalışmalara kronolojik sıra ile yer verilmiştir.

Glaser vd. (2014), “Bitcoin – Varlık mı, Para Birimi mi? Kullanıcıların Gizli Niyetlerini Ortaya Çıkarma” başlıklı çalışmalarında çoğu kullanıcının Bitcoin’i para birimi yerine alternatif bir yatırım aracı olarak tercih ettikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Gupta vd. (2015), “E-Ticarette Bitcoin Güvenilirliği” başlıklı çalışmalarında Bitcoin’in e-ticarette kullanılması durumunda oluşacak risklere ve e-ticarette Bitcoin kullanılmasını avantajlı hale getirecek tavsiyelere yer vermişlerdir.

Atik vd. (2015), döviz kurları ve Bitcoin arasındaki ilişkiyi incelemek için yaptıkları çalışmalarında Granger Nedensellik Testi kullanmış ve sonuç olarak Japon Yeni ile Bitcoin arasında bir nedensellik olduğunu ortaya koymuşlardır.

Georgoula vd. (2015), Bitcoin ile S&P500 endeksleri arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarında Bitcoin fiyatları ile

S&P500 endeksi arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Koçoğlu vd. (2016), güvenilir bir yatırım aracı olarak Bitcoin'i analiz edebilmek için yaptıkları çalışmalarında Bitcoin'in volatilitésinin çok yüksek olduğu ve bu nedenle riskli olmasıyla birlikte spekülâtif amaçla kullanılabileceği sonucuna varmışlardır.

Dirican ve Canoz (2017), Bist100, ChinaA50, Dow30, Ftse100, Nasdaq100, Nikkei225 ve S&P500 endeksleri ile Bitcoin arasındaki ilişkiyi incelemek amacı ile yaptıkları çalışmalarında ARDL sınır testi yöntemini kullanmış ve ABD ve Çin Borsa endeksleri ile Bitcoin arasında uzun dönemli bir nedensellik ilişkisinin var olduğunu tespit etmişlerdir.

Kanat ve Öget (2018), yaptıkları çalışmada Türkiye ve G7 ülkelerinin borsa endeksleri ile Bitcoin fiyatı arasındaki ilişkiyi incelemişler ve sonuç olarak Bitcoin ile söz konusu borsalar arasında uzun ya da kısa dönemli bir ilişki tespit edememişlerdir.

Malherbe vd. (2019), “Kripto para birimleri ve Blockchain: Yeni Para Rejiminin Fırsatları ve Sınırları” başlıklı çalışmalarında Bitcoin'in yüksek işlem maliyetlerine neden olabileceği için günlük para olarak kullanılamayacağını, öte yandan kripto para birimlerinin merkez bankalarınca desteklenmeleri durumunda ilginç parasal rejim dönüşümleri oluşacağı sonucuna varmışlardır.

Palazzi vd., (2020), Bitcoin ile Euro, Pound, İsviçre Frank'ı, Yuan, Yen ve Ruble arasındaki ilişkiyi analiz ettikleri çalışmalarında Bitcoin'in Euro'dan etkilendiği ve sadece Yuan'dan Bitcoin'e yönelik bir ilişki bulunduğu sonucuna varmışlardır.

Koy vd., (2021), Bitcoin'in volatilité yapısı ve ABD borsa endeks getirileri arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarında

değişken olarak SP500, Nasdaq100 ve Dow Jones Industrial endekslerini kullanmış ve sonuç olarak üç değişken ile Bitcoin'in volatilitesi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Korkmazgöz vd. (2022), Bitcoin ve Borsa İstanbul endeksleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında Bitcoin fiyatı ile Borsa İstanbul Mali Endeksi haricindeki diğer endeks fiyatları arasında uzun dönemli bir ilişki olmadığını tespit ederken, Bitcoin ve Borsa İstanbul Mali endeksi arasında ise uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır.

5. VERİ VE YÖNTEM

Çalışma kapsamında kullanılacak olan Bitcoin ve Nasdaq100 değişkenlerine ilişkin veriler tr.investing.com üzerinden elde edilmiş ve ilgili verilerin doğal logaritmaları alınmıştır. Verilerin frekansı aylık olacak şekilde düzenlenmiş ve Ekim 2018 ile Ekim 2023 aralarındaki verilerden faydalanılmıştır.

Durağan olmayan zaman serileri ile yapılan eşbütünleşme analizlerinde sahte regresyon sorunu ortaya çıkabilmektedir (Granger ve Newbold, 1974). Dolayısı ile bu durum elde edilen bulguların güvenilirliğini zedelemektedir. Bu bağlamda çalışmaya ilk olarak durağanlık testleri ile başlanmıştır. Elde edilen bulgular ise Tablo 1'de paylaşılmıştır.

Tablo 1. Durağanlık Testi Sonuçları

Değişkenler	I(0)				I(1)			
	ADF		PP		ADF		PP	
	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli
LBTC	-1,805	-1,296	-1,817	-1,499	-6,052**	-6,179**	-6,019**	-6,183**
LNASDAQ100	-1,489	-1,539	-1,489	-1,458	-8,751**	-8,876**	-8,836**	-8,875**
Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlam düzeyini ifade etmektedir. Kritik eşikler sırasıyla: *4.121, -3.487, -3.172								

Gerçekleştirilmiş olan Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Philips Perron (PP) durağanlık testlerinin ardından elde edilen bulgular incelendiğinde, ilgili verilerin düzeyde yani $I(0)$ 'da durağan olmadıkları gözlenmiştir. Düzeyde durağan olmayan serilerin birinci farkları yani $I(1)$ alındığında ise %1 güven aralığında durağanlaştıkları tespit edilmiştir.

6. BULGULAR

ARDL Sınır Testi yaklaşımının sunmuş olduğu en önemli avantajlardan bir tanesi, model kapsamına dahil edilen değişkenlerin durağanlık düzeylerinin $I(0)$ veya $I(1)$ olduğuna bakılmaya ihtiyaç duyulmamasıdır (Pesaran vd., 2001: 290). ARDL'nin sunmuş olduğu bu avantaj göz önünde bulundurularak çalışmaya ARDL sınır testi ile devam edilmiştir.

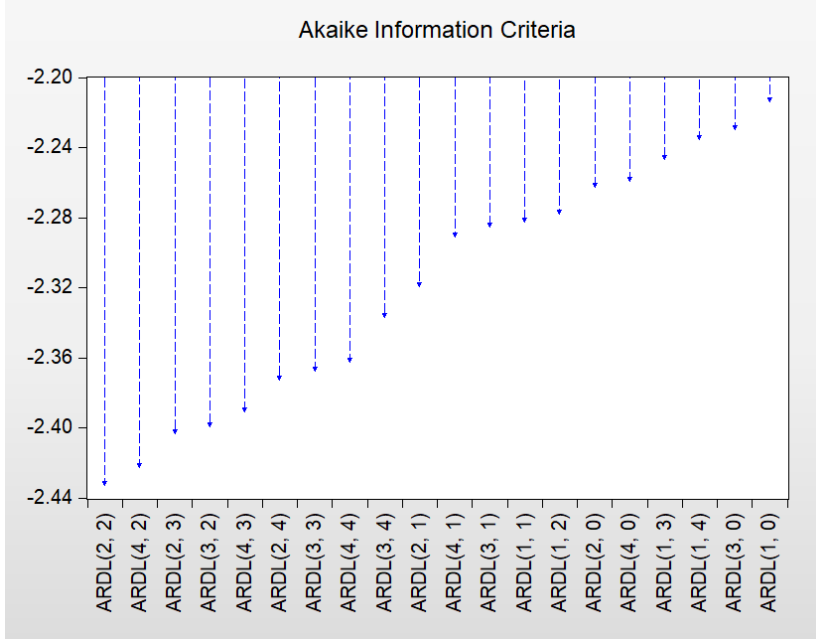
Durağanlık düzeyleri tespit edilen ilgili değişkenler arasındaki ilişkinin incelenebilmesi için önce optimal ARDL modelinin belirlenmesi çalışması gerçekleştirilmiş ve ardından sınır testi uygulanmıştır.

Tablo 2. Çalışmada Kullanılacak Olan Değişkenler

Model	Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken
	LBTC	LNASDAQ100

Çalışma kapsamında kurulan modelde Bitcoin bağımlı değişken olurken, Nasdaq100 ise bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Bu kapsamda ilgili modele ait Optimal ARDL modeli ise Akaike Bilgi Kriteri dikkate alınarak seçilmiştir. İlgili model seçimi ise aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. Optimal Model Seçimi



Akaike Bilgi Kriteri (AIC) dikkate alınarak gerçekleştirilen Optimal ARDL Modeli sonuçlarına göre bilgi kaybının en az olduğu model ARDL (2,2) modeli olarak tespit edilmiştir. Çalışmanın devamında tercih edilmiş olan ARDL (2,2) modeline diagnostik testler uygulanmış ve ilgili sonuçlar paylaşılmıştır.

Tablo 4. Diagnostik Testler

Model : LBTC-LNASDAQ100 ARDL (2,2)			
Değişken Adı	Katsayı	t-istatistiği	Diagnostik Testler
LBTC(-1)	1,123***	8,877	R ² = 0,960 Adj. R ² =0,956 JB=0,543
LBTC(-2)	-0,394***	-3,160	
LNASDAQ	1,235***	3,521	
LNASDAQ(-1)	-1,488***	-3,196	
LNASDAQ(-2)	0,960***	2,461	
C	-1,708***	-2,766	
Not: ***, **, * sırası ile %1-5-10 anlam düzeylerini ifade etmektedirler.			

Yapılmış olan diagnostik test sonrası elde edilen bulgular incelendiğinde, çalışma kapsamında kullanılacak olan ARDL (2,2) modelinin açıklayıcılık gücünün %96 olduğu ve modele ilişkin herhangi bir çarpıklık sorununun olmadığı gözlemlenmiştir. Elde edilen bulguların ardından çalışmaya ARDL Sınır Testi ile devam edilmiş ve ilgili sonuçlar paylaşılmıştır.

Tablo 5. ARDL Sınır Testi

Model: LBTC-LNASDAQ100 ARDL (2,2)			
Anlam Düzeyi	I (0)	I (1)	F İstatistik
%1	3,02	3,51	4,522
%5	3,62	4,16	
%10	4,94	5,58	

Gerçekleştirilen ARDL Sınır Testi yaklaşımı bulgularına göre elde edilen F İstatistik değeri, %5 güven aralığındaki üst sınır olan 4,16 değerinden büyük olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda Nasdaq100 ile Bitcoin arasında, %5 güven aralığında uzun dönemli bir ilişki tespiti gerçekleştirilmiştir. Uzun dönemli ilişkinin hangi yönde olduğunun tespiti için ilgili modele ait katsayılar incelenmiş ve bulgular paylaşılmıştır.

Tablo 6. Uzun Dönemli İlişki Yönü

Bağımsız Değişken	Katsayı	Etki Yönü
Model: LBTC-LNASDAQ100 ARDL (2,2)		
LNASDAQ100	2,613***	Pozitif
C	-6,302***	

Uzun dönemli ilişkinin varlığı tespit edildikten sonra gerçekleştirilmiş olan uzun dönemli ilişki yönü tespiti bulguları incelendiğinde, Nasdaq100’de meydana gelecek olan değişimlerin yönü ile Bitcoin’de meydana gelebilecek değişim yönlerinin aynı yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uzun dönemli ilişki tespitinin ardından çalışmaya kısa dönemli ilişkinin tespiti ile devam edilmiştir.

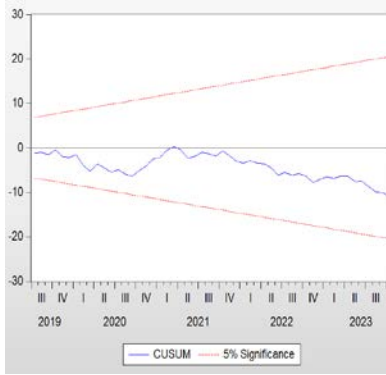
Tablo 7. Hata Düzeltme Katsayısı

Model: LBTC-LNASDAQ100 ARDL (2,2)			
Değişken Adı	Katsayı	İstatistik	Olasılık
CointEq (-1)	-0,271	-3,753	0,0004

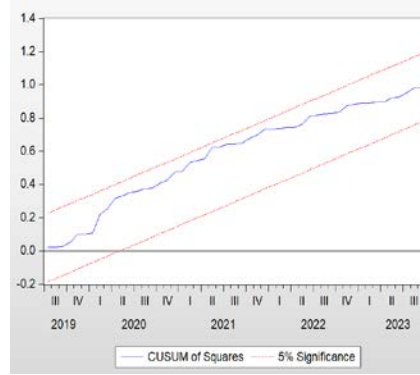
İki değişken arasındaki kısa dönemli ilişkinin tespiti için hata düzeltme katsayısına bakılmalıdır. Elde edilen hata düzeltme katsayısı 0 ile -1 aralığında yer aldığı durumlarda, kısa dönemlerde meydana gelebilecek olan dengesizliklerin uzun dönemde yeniden denge noktasına geldiği anlamı taşımaktadır (Alam ve Quazi, 2003: 97). Çalışma kapsamında gerçekleştirilen hata düzeltme katsayısı sonuçları incelendiğinde, elde edilen katsayı değerinin 0 ile -1 aralığında yer aldığı gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda kısa dönemde meydana gelen değişimlerin uzun dönemde dengeye ulaştığı görülmüştür.

Çalışmada kurulmuş olan modelin istikrarlı yapıya sahip olup olmadığının incelenmesi amacıyla son olarak Cusum ve Cusum-Sq grafikleri incelenmiştir. Elde edilen grafikler aşağıdaki gibidir.

Tablo 8. Cusum ve Cusum-Sq



Cusum



Cusum-Sq

Elde edilen bulgulara göre çalışma kapsamında kurulmuş olan modelin güven aralığı sınırları içerisinde yer aldığı hem Cusum hem de Cusum-Sq grafiklerinde görülmektedir. Bu doğrultuda çalışma kapsamında kurulan olan modelin istikrarlı bir yapıya sahip olduğu gözlemlenmiştir.

7. SONUÇ

Gelişen teknolojinin finans sektöründeki yansımasının karşılığı olan Finansal Teknoloji sayesinde birçok yeni varlık finans dünyasında kendine yer edinmiştir. Bunların başında gelen kripto varlıklar ise hem takas aracı hem de yatırım aracı olarak kullanılmaya başlanmış ve popüler hale gelmiştir. Kripto varlıkların başını çeken Bitcoin ise zaman zaman çok önemli değer kazanmış ve 69.000 Amerikan doları seviyelerine kadar yükselmiştir. Bu bağlamda yatırımcıların dikkatini bu denli çekebilmeyi başarmış dijital varlıklar ile geleneksel yatırım araçları arasındaki ilişkinin incelenmesi hem yatırımcılara hem piyasa yapıcılara hem de aracı kurumlara yol gösterebilmesi açısından önem taşımaktadır.

Çalışma kapsamında geleneksel borsacılık anlayışını temsilen seçilen Nasdaq100 endeksi ile kripto varlıkları temsilen seçilen en popüler ve en yüksek işlem hacmine sahip kripto varlık olan Bitcoin arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan analizler neticesinde Nasdaq100 ile Bitcoin arasında uzun dönemli bir ilişki tespiti gerçekleştirilmiştir. Söz konusu olan bu uzun dönemli ilişkinin yönünün pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Uzun dönemli ilişkinin tespitinin ardından ilgili değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişkinin varlığı araştırılmış ve kısa dönemli ilişkinin varlığı da tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, kripto varlıklar üzerinde önemli bir etkisi olan Bitcoin ile Nasdaq100 arasında pozitif yönlü uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiş ve aynı değişkenler arasında kısa dönemli

ilişkinin varlığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda Nasdaq100 endeksinde meydana gelebilecek olan değişimlerin Bitcoin fiyatına da yansiyabileceği ve bu nedenle Bitcoin'e yatırım yapmayı düşünen yatırımcıların Nasdaq100 endeksini de takip etmelerinin kendi çıkarları açısından önemli olacağı düşünülmektedir.

Elde edilen bulgular hem yatırımcılara hem aracı kurumlara hem de piyasa yapıcılara fikir sunması açısından önem arz etmektedir. Gelecekte yapılması planlanan çalışmaların kapsamlarında daha farklı endekslerin ve farklı kripto varlıkların da modele dahil edilerek değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi durumunda bütüncül sonuçlar elde edilebilecektir.

KAYNAKÇA

- Alam, I., ve Quazi, R. (2003). Determinants of capital flight: An econometric case study of Bangladesh. *International Review of Applied Economics*, 17(1), 85-103.
- Alpago, H. (2018). Bitcoin'den Selfcoin'e Kripto Para. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 411-428.
- Antonakakis, N., Chatziantoniou, I., ve Gabauer, D. (2019). Cryptocurrency Market Contagion: Market Uncertainty, Market Complexity, and Dynamic Portfolios. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 61, 37-51.
- Atik, M., Köse, Y., Yılmaz, B., ve Sağlam, F. (2015). Kripto Para: Bitcoin ve Döviz Kurları Üzerine Etkileri. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(11), 247-261.
- Corbet, S., Meegan, A., Larkin, C., Lucey, B., ve Yarovaya, L. (2018). Exploring The Dynamic Relationships Between Cryptocurrencies and Other Financial Assets. *Economics Letters*, 165, 28-34.

- Çağlar, Ü. (2007). Elektronik Para: Enformasyon Teknolojisindeki Gelişmeler ve Yeni Ödeme Sistemleri. Sosyal Bilimler Dergisi, 17, 177-186.
- Dirican, C., ve Canöz, İ. (2017). Bitcoin Fiyatları ile Dünyadaki Başlıca Borsa Endeksleri Arasındaki Eşbütünleşme İlişkisi: Ardl Modeli Yaklaşımı ile Analiz. Journal of Economics Finance and Accounting, 4(4), 377-392.
- Dizkırıncı, A. S. ve Gökgöz, A. (2018). Kripto Para Birimleri ve Türkiye’de Bitcoin Muhasebesi. Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, 4(2), 92-105.
- Ege, İ. ve Şahin, S. (2016). Bankacılık Uygulamaları ve Elektronik Para Sistemleri, Para Banka Kredi ve Finansal Sistem içinde (ss. 277-306). Delice, G. ve Ege, İ., Ankara: Gazi Kitabevi.
- Erolgaç, Y. (2020), Yirmibirinci Yüzyılda Profesyonel Para Yönetimi-Borsada Yatırım ve Spekülasyon Stratejileri. Skala Yayıncılık, İstanbul.
- Georgoula, I., Pournarakis, D., Bilanakos, C., Sotiropoulos, D N., ve Giaglis, G. M. (2015). Using Time-Series and Sentiment Analysis to Detect the Determinants of Bitcoin Prices. Mediterranean Conference on Information Systems, Samos, Greece, 1-12.
- Glaser, F., Zimmermann, K., Haferkorn, M., Weber, M. C., ve Siering, M. (2014). Bitcoin - Asset or Currency? Revealing Users' Hidden Intentions. ECIS2014 (Twenty Second European Conference on Information Systems) Tel Aviv, 1-14.
- Granger, C. W. J. ve Newbold, P. (1974). Spurious Regressions in Econometrics. Journal Of Econometrics, 2, 111-120.

Gupta, K., Agrawal, S., ve Bharadwaj, A. (2015). Dependability of Bitcoin in E-Commerce. BICON (10th Biyani International Conference), 74-76.

<https://www.coinbase.com/tr/price/bitcoin/jpy#:~:text=G%C3%BCncel%20dola%C5%9F%C4%B1daki%20arz%2019.505.637%20BTC>, Erişim Tarihi: 01.10.2023

<https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/top-10-cryptocurrencies>, Erişim Tarihi: 04.10.2023

<https://www.nasdaq.com/solutions/nasdaq-100>, Erişim Tarihi: 15.09.2023

[https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/12/20121230-1.htm#:~:text=MADDE%201%20%E2%80%93%20\(1\)%20Bu,sermaye%20piyahas%C4%B1n%C4%B1n%20d%C3%BCzenlenmesi%20ve%20denetlenmesidir](https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/12/20121230-1.htm#:~:text=MADDE%201%20%E2%80%93%20(1)%20Bu,sermaye%20piyahas%C4%B1n%C4%B1n%20d%C3%BCzenlenmesi%20ve%20denetlenmesidir). Erişim Tarihi: 04.09.2023

<https://www.statista.com/statistics/863917/number-crypto-coins-tokens>, Erişim Tarihi: 28.09.2023

Işık, O. (2012). Hukuki Açıdan Borsa ve Borsa Türleri. Yalova Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 1, 215-258.

Kanat, E. ve Öget, E. (2018). Bitcoin ile Türkiye ve G7 Ülke Borsaları Arasındaki Uzun ve Kısa Dönemli İlişkilerin İncelenmesi. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(3), 601-614.

Kaplanhan, F. (2018). Kripto Paranın Türk Mevzuatı Açısından Değerlendirilmesi “Bitcoin Örneği”. Vergi Sorunları Dergisi, 353, 105-123.

Karaağaç, G. A. ve Altınırnak, S. (2018). En Yüksek Piyasa Değerine Sahip On Kripto Paranın Birbirleriyle Etkileşimi. Muhasebe ve Finansman Dergisi, ISSN: 2146-3042, 123-138.

- Korkmazgöz, Ç., Şahin, S. ve Ege, İ. (2022). Bitcoin ve Borsa İstanbul Endeksleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 24(1), 89 – 108.
- Koy, A., Yaman, M. ve Mete, S. (2021). Kripto Paraların Volatilité Modelinde ABD Borsa Endekslerinin Yeri: Bitcoin Üzerine Bir Uygulama. Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 13(24), 159-170.
- Malherbe, L., Montalban, M., Bédu N., ve Granier, C., (2019). Cryptocurrencies and Blockchain: Opportunities and Limits of a New Monetary Regime. International Journal of Political Economy, 48(2), 127-152.
- Palazzi, R., Junior G., ve Klotzle, M. (2020). The Dynamic Relationship Between Bitcoin and The Foreign Exchange Market: A Nonlinear Approach to Test Causality Between Bitcoin and Currencies. Finance Research Letters, 101893,
- Pesaran, M. H., Y. Shin ve R. J. Smith (2001), Bounds Testing Approaches to The Analysis of Level Relationships. Journal of Applied Econometrics, 16, 289-326.
- Pirinççi, A. E. (2018). Yeni Dünya Düzeninde Sanal Para Bitcoin'in Değerlendirilmesi. International Journal of Economics Politics Humanities and Social Sciences, 1(1), 45-52.
- Sontakke, K. A. ve Ghaisas, A. (2017). Crypto Currencies: A Developing Asset Class. Internatioanal Journal of Business Insight and transformation, 10(2), 10-17.
- Sönmez, A. (2014). Sanal Para Bitcoin. TheTurkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC), 4(3), 1-14.

- Tr.Investing Bitcoin Geçmiş Verileri. (2023 Eylül 11).
<https://tr.investing.com/crypto/bitcoin/btc-usd-historical-data>.
- Tr.Investing Bitcoin Geçmiş Verileri. (2023 Eylül 26).
<https://tr.investing.com/indices/nq-100-historical-data>
- Turan, Z. (2018). Kripto Paralar, Bitcoin, Blockchain, Petro Gold, Dijital Para ve Kullanım Alanları. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(3), 1-5.
- Wandhöfer, R. (2017). The future of digital retail payments in Europe: A Place for Digital Cash. Journal of Payments Strategy&Systems, 11(3), 248-258.
- Yermack, D. (2017). Corporate Governance and Blockchains. Review of Finance, 21(1), 7-31.
- Yıldırım, M. (2019). Blok Zincir Teknolojisi, Kripto Paralar ve Ülkelerin Kripto Paralara Yaklaşımları. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(20), 265-277.
- Yüksel, A. (2015). Elektronik Para, Sanal Para, Bitcoin ve Linden Doları'na Hukuki Bir Bakış. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, LXXIII, S. 2, 173- 220.

AB'DE DİJİTALLEŞME VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM POLİTİKALAR

Feza SOLAK TUYGUN¹

1. GİRİŞ

Çağımızda yaşanan dönüşümü yeni medeniyetin yükselişi olarak değerlendiren Alvin Toffler 1980 yılında yazdığı “Third Wave” (Üçüncü Dalga) adlı eserinde insanlığı değiştiren üç önemli dalgaya işaret ederek, bunları tarım toplumu, sanayi toplumu ve bilgi toplumu olarak sıralamıştır (Toffler, 2008: 11). Tarım devrimiyle ortaya çıkan ilk dalga etkisini yitirirken, sanayi devrimiyle ortaya çıkan ikinci dalga doruk noktasına ulaşmasına ve üçüncü dalganın yükselişe geçmesine rağmen etkisini sürdürmektedir (Parlak, 2004: 104). Dijital çağ kavramıyla ifade edilen üçüncü dalga toplum, bilgi toplumu olarak adlandırılırken, bilgi toplumunda “insan ve makine gücünü elinde bulunduran” güç tanımı, yerini bilginin ve aklın gücüne bırakmıştır. Bilgi toplumunun en belirleyici göstergesi olan bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT), bilgiye erişimin esas olduğu, kalkınmanın ve rekabetin temel unsurunun bilgi olduğu yeni bir toplum modeli ortaya çıkarmıştır. Bu toplum modelinde BİT ile bilgilerin sayısallaştırılarak dijital verilere dönüştürülmesi dijitalleştirme, dijitali kullanarak süreçlerin otomasyon düzeyini artırma dijitalleşme olarak ifade edilmiştir. Dijitalleştirme ve dijitalleşmeden yararlanılarak BİT ile dijital ortama aktarılan bilgilerin, iş süreçlerini dönüştürerek yeni iş modelleri geliştirmesiyle, dijital verilerin amaçlara ulaşılması için

¹ Dr.Öğ.Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon, fezasolak@hotmail.com, ORCID:0000-0002-9928-9005.

kullanılması süreci dijital dönüşüm olarak adlandırılmıştır (Schwertner, 2017:389; Bloomberg, 2018: 5). Dijital dönüşüm dijital teknolojilerin gelişmesiyle hızlanmaktadır. OECD dijital dönüşümde etkili olan teknolojileri, birbirine bağlı bir ekosistem içinde, nesnelerin interneti, bulut bilişim, büyük veri, yapay zekâ, 5G ağları, yüksek performanslı bilişim (HPC) ve blockchain olarak sıralamıştır (OECD, 2019: 18-21). Akıllı robotlar, artırılmış gerçeklik, baskı teknolojileri, siber güvenlik, sanal gerçeklik uygulamaları da bu sistemde yerini almıştır. Dijital dönüşüm dijital fırsatları beraberinde getirmiş, süreçlerin daha hızlı planlanmasını ve inşa edilmesini sağlamıştır. Ayrıca maliyetleri azaltarak bilgi, mal ve hizmetlerin yayılmasındaki engelleri ortadan kaldırmış, inovasyon süreçlerini değiştirerek Ar-Ge ve yenilik süreçlerinin daha iyi ve hızlı olmasının yolunu açmıştır (Yeniyıldız, 202: 4). AB, dijital dönüşümün sağladığı avantajlardan faydalanmak için bu süreci, AB değerleri ve hedefleri ile uyumlu kılarak ortak bir politika alanı olarak değerlendirmiştir. Dijital dönüşümü, Dijital Tek Pazar'ın gerçekleştirilmesine yönelik politika hedefleriyle ilişkilendiren AB, yeniliği mümkün kılacak ortak politikaları uygulamaya koyarak, engelleri kaldırarak, teknolojik ve kavramsal çözümlerin geliştirilmesini teşvik ederek ve politika tutarlılığını garanti ederek AB düzeyinde gerçekleştirmeyi hedeflemiştir. Bu amaçla çeşitli stratejiler ve eylem planları hazırlayan AB, sadece dijitalleşme ve dijitale dönüşüme odaklanmamış, bu süreci “yeşil ve dijitale geçiş” ya da “dijitalleşme yoluyla sürdürülebilirlik” yaklaşımıyla bütünleştirmeyi, bir yandan da üye ülkeler arasında dengeli bir dijitalleşmeyle “dijital uyumu” gerçekleştirmeyi amaçlamıştır. Çalışmada AB'nin dijitalleşme ve dijital dönüşüm sürecine yaklaşımının bir politika alanı olarak AB düzeyine yansması ele alınmıştır.

2. AB'DE DİJİTALLEŞMEDEN DİJİTAL DÖNÜŞÜME (1993-2010) POLİTİKA HEDEFLERİ

AB'de dijital dönüşüm sürecine ilişkin ilk girişimler 1993'de Komisyonun hazırladığı Beyaz Kitap'la başlamıştır. Beyaz kitapta ekonominin canlandırılması, yeni piyasaların ve işletmelerin oluşturulması ve enformasyon alt yapısının güçlendirilmesine vurgu yapılarak, BİT kullanımı, trans-Avrupa hizmetleri (geniş bant ağları, birlikte çalışabilirlik v.b.), yasal çerçevenin oluşturulması, yeni teknolojiler için eğitim imkânları sağlanması ve sınai/teknolojik performansın geliştirilmesine yönelik beş öncelik belirlenmiştir (European Commission, 1993). 1994'de hazırlanan Bangeman Raporu'nda (Avrupa ve Küresel Bilgi Toplumu - Avrupa Konseyi'ne Tavsiyeler) ise AB ve üye ülkelerin tutarlı bir yasal çerçeve düzenlemesi, alt yapı finansmanında özel sektörün rolünün artırılması, ağların güçlendirilerek yeni ağların oluşturulmasına yönelik girişimlere yer verilmiştir. Ayrıca “Avrupa geniş bant alt yapı” projesine destek verilmesi, e-posta, dosya transferi, kaydedilmiş görüntü aktarımı gibi hizmetler için AB ve üye ülkelerin ortak eyleme geçmesi öngörülmüştür (European Commission, 1994a: 23). BİT ile evden çalışma, uzaktan öğrenme, üniversite ve araştırma ağları, KOBİ'ler için telematik hizmetler, trafik yönetimi, hava trafik kontrolü, sağlık ağları, elektronik ihale, transit-Avrupa kamu yönetimi ağı ve otoyol bilişim alanlarında inisiyatif alınması da önerilmiştir (European Commission, 1994b: 40). Daha çok teknoloji odaklı olan ve dijital bölünme gibi sosyal sorunlara yer verilmeyen Bangeman Raporu, Avrupa Komisyonu Eylem Planı'nın temelini oluşturmuştur. Bu eylem planı ile yasal bir çerçevenin oluşturulması, (raporda) alınan inisiyatiflerin teşvik edilmesi, sürecin etkilerinin değerlendirilmesi ve kamu bilincinin artırılması gibi hususlara yer verilmiştir. 1997 yılındaki Yakınsama Yeşil Kitabı'nda (Convergence Green Paper) ise

iletişim, medya ve bilişim teknolojilerinin entegre edilmesi, mevcut düzenlemelerin koordineli bir yaklaşımla uyumlu kılınması öngörülmüştür (European Commission, 1997).

1999 yılında kabul edilen e-Avrupa girişimi ile Avrupa'yı dijital çağa hazırlama, dijital okur-yazar Avrupa ile bütünlük, katılımcılık ve tüketici güvenini geliştirme amaçlarına yer verilirken; 2000 yılında e-Avrupa girimini hayata geçirme ve Avrupa'yı gelecek on yılda “dünyanın en rekabetçi ve dinamik bilgi tabanlı ekonomisi yapma” stratejisi benimsenmiştir (European Council, 2000). Strateji kapsamında bilgi toplumu ve ARGE faaliyetleri için politikalar belirleme, Avrupa sosyal modelini geliştirme ve pozitif büyüme hedefi öngörülmüş; bu hedefler AB düzeyinde ve üye ülkelerde e-Avrupa 2002 Eylem Planı ve e-Avrupa 2005 Eylem Planı'nın hazırlanmasını beraberinde getirmiştir. 2002 yılı sonuna kadar tamamlanması öngörülen e-Avrupa 2002 Eylem Planı'nda, ucuz, hızlı ve güvenli internet, insan kaynağına yatırım ve internet kullanımını teşvik alanlarına yer verilmiştir (European Commission, 2000: 2). Bu süreçte aday ülkelerin de E-Avrupa+ girişimi ile ekonomileri, kurumsallıkları, yetenek ve rekabet güçlerinin geliştirilmesi öngörülmüştür (European Commission, 2001: 19). 2005 yılı sonuna kadar tamamlanması öngörülen 2005 Eylem Planı'nda ise e-devlet, e-egitim ve e-sağlık başta olmak üzere modern çevrimiçi kamu hizmetlerinin sunumu, dinamik bir e-iş dünyası ortamı, rekabetçi fiyatlarla yaygın geniş bant erişimi ve güvenli bir bilişim altyapısının sağlanması hedeflenmiştir (European Commission, 2002: 9). Ayrıca internetin etkin kullanımı, bireysel ve sosyal ihtiyaçların giderilmesinde elektronik ortamdan faydalanma, kişisel bilgisayarlar yanında interaktif televizyon, mobil telefonlar ve kablolu ağlarla da temel hizmetlerin sağlanması öngörülmüştür (Şen, 2010: 31). 2005'de başlatılan ve 2010 yılında sona ermesi öngörülen İ2010 stratejisi ile de Avrupa düzeyinde açık ve rekabetçi bir dijital ekonomi için politika

tanımı yapılarak yaşam kalitesi için BİT kullanımının önemine dikkat çekilmiştir. Stratejide, Tek Avrupa Bilgi alanı ile dijital ekonomide tek piyasa, BİT araştırmasına yatırım ve inovasyonu güçlendirme ve BİT kullanımıyla katılımcılığı, kamu hizmetlerini ve yaşam kalitesini geliştirme amaçlarına yer verilmiştir (European Commission, 2008).

AB’de eylem planları ve İ2010 stratejisi ile internet kullanımı artmış, vatandaşların yarısı ve işletmelerin % 70’i, e-devlet hizmetlerini kullanır hale gelmiştir. Ancak AB’de internet kullanımındaki artışa ve nüfusun % 90’ından fazlası için geniş bant internet erişimi mümkün olmasına rağmen, hala vatandaşların üçte birinin internet kullanmaması dijital bölünme gerçeğini AB gündemine taşımıştır. AB’nin dijital bölünme sorununu çözmesi, internete erişimin önündeki engelleri kaldırarak BİT kullanımını artıracak politikalar geliştirmesini gerektirmiştir (Şen, 2010: 31).

3. AVRUPA İÇİN DİJİTAL GÜNDEM (2010)

AB’nin büyüme ve istihdam hedeflerini belirleyen Avrupa 2020 Stratejisi’nin yedi bileşeninden biri olan Avrupa Dijital Gündem ile dijital dönüşüme ilişkin yeni bir vizyon ortaya koyulmuştur. Dijital Gündemde BİT’in potansiyelinden yararlanılarak yenilikçiliğin geliştirilmesine ve ekonomik büyümenin sürdürülmesine yönelik politika hedeflerine yer verilmiş, Avrupa’nın BİT sektöründe yeterince gelişmemiş olmasının BİT’in dönüştürücü gücünden faydalanılmasını zorlaştırdığı, bunun için bir dizi sorunun aşılması gerektiğinden yola çıkarak (Eur-Lex, 2010; Yaşa ve Çolak, 2011: 17-19) yedi temel öncelik belirlenmiştir.

Dijital Tek Pazar: AB’de verilerin serbest dolaşımının sağlanması planlanarak, vatandaşların çevrimiçi mal ve hizmetlere erişimini kolaylaştıracak altyapının oluşturulması ve

Dijital Tek Avrupa hedefi ortaya koyulmuştur. Dijital Tek Pazar Stratejisi (2018) ile dijital ekonominin benimsenmesi, tüketici ve kişisel verileri koruma uygulamalarının hayata geçirilmesi, adil rekabetin sürdürülmesi ve çevrimiçi etkinliklere erişimin sağlanması hedeflenmiştir (Yeniyıldız, 2021: 9).

Birlikte çalışabilirlik ve standartlar: AB düzeyinde cihaz, uygulama, veri merkezleri ve ağların birlikte çalışabilirliği hedeflenirken, imalat sanayinin dijitalleştirilmesi kapsamında 5G, bulut bilişim, nesnelerin interneti, veri teknolojileri ve siber güvenlik alanlarında standartların, ArGE faaliyetleriyle desteklenmesi öngörülmüştür.

Güven ve güvenlik: Çevrimiçi güven ve güvenliğin sağlanmasında Siber Güvenlik Stratejisi (2013) esas alınmıştır.

Hızlı internet erişimi: 2025’de 5G ağlarının Avrupa’yı kapsamayı, hane halklarına 100 Mbps hızında internet erişimi sağlanması kapsamında “Avrupa Gigabit Toplumu için Bağlanabilirlik Stratejisi” esas alınmıştır.

Araştırma ve yenilikçilik: Ar-Ge ve yenilik programları (Horizon 2020 vb.), BİT kuponları ve KOBİ destekleri öngörülmüştür.

e- becerileri geliştirmek: Dijital içeriklerden faydalanmada toplumun farkındalığının artırılarak engelliler dâhil iş gücü beceri ve yeteneklerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Avrupa için Yeni Beceriler Gündemi hazırlayan Komisyon, üye ülkelerden ulusal dijital beceri stratejilerini geliştirmesini talep etmiştir.

BİT destekli faydalar: Enerji tüketimini azaltma, yaşlıların hayat standartlarını iyileştirme, iklim değişikliği, kaliteli sağlık hizmetleri ve kamu hizmetlerinin sağlanmasında BİT kapasitesine vurgu yapılmıştır.

AB'nin dijital dönüşüm sürecinde önemli bir dönüm noktası olan Dijital Gündem, ekonomik ve sosyal hayatın tüm aşamalarına etki edecek şekilde tasarlanmıştır. İmalat sanayinin dijital dönüşümüne önem verilmiş, dijital yenilik, yenilik merkezleri, yeni nesil elektronik bileşenler ve AB Bulut Girişimi için önemli miktarda kaynak ayrılmıştır (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2018; 51-53).

4. DİJİTAL ÇAĞA UYGUN AVRUPA (2020)

Dijitalleşme ve dijital dönüşümü iklim, çevrimiçi hizmetlere erişim ve küresel bir teknoloji lideri olma konularında mutlak bir zorunluluk olarak değerlendiren AB, bu sürecin üye ülkelerde ve AB'de eşit ve adil bir şekilde gerçekleşmesi gerekliliğine dikkat çekerek Dijital Çağa Uygun Avrupa (2020) stratejisini yayınlamıştır. Stratejide vatandaş odaklı Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR), dijital ekonominin geliştirilmesiyle verimliliğin artırılması, teknolojik gelişmelerin faydaları ile olumsuz yanlarına (siber tehditler vb.) karşı önlemler yer almıştır. Bu stratejinin ardından Avrupa'nın Dijital Geleceğini Şekillendirmek (2020) belgesi ile insan merkezli bir dijital dönüşüm stratejisi ortaya koyan AB, iklim değişikliğiyle mücadele ve yeşil dönüşümün gerçekleştirilmesinde dijital çözüme odaklanarak dijital dönüşümü üç sütuna ayırmıştır. Buna göre ilk sütunda Avrupalılar için işleyen bir teknoloji, ikinci sütunda adil ve rekabetçi bir dijital ekonomi, üçüncüsünde ise açık, demokratik ve sürdürülebilir bir toplum öngörülmüştür. Stratejisine vatandaşları, işletmeleri ve çevreye fayda sağlayacak süreçleri dâhil eden AB, dijital ekonomi ve dijital standartları belirlemek için küresel bir aktör olmayı hedeflemiştir (European Commission, 2020a; Yenyıldız, 2021: 12). AB, bu süreci takiben açıkladığı 2030 Dijital Pusula ile dijital dönüşümü doğru, etkili ve bütünleşik bir şekilde gerçekleştirmeyi öngörmüştür

5. 2030 DİJİTAL PUSULASI

Dijital Pusula 2021’de açıklanan ortak bir AB vizyonudur. Vizyon, AB’nin 2030 yılına kadar dijital alanda lider ve egemen olma hedeflerini ve bu hedeflere ulaşmak için çözüm yollarını içermektedir. Dijital Tek Pazar ve Avrupa’nın dijital geleceğini şekillendirme stratejisi kapsamında Veri Yönetişimi Yasası, Dijital Hizmetler Yasası, Dijital Piyasalar Yasası ve Siber Güvenlik Stratejisi gibi reformların öngörüldüğü vizyonla, vatandaşların ve işletmelerin güçlendirilmesine dayanan, dijital ekosistem ile tedarik zincirlerinin güvenliğinin ve dayanıklılığının sağlanması amaçlanmıştır. Ayrıca ifade hürriyeti, kişisel verilerin ve gizliliğin korunması dâhil, Avrupa değerleri ve ilkeleri ile bütünleşmiş bir dijital dönüşüm stratejisi hedeflenmiştir. AB’nin dijital dönüşüm hızını, dijital altyapı ve uzmanlık kapasitesindeki boşlukları ve dijital ilkelerin uygulanmasına ilişkin süreci takip etmek için gelişmiş bir izleme sistemine dayanan vizyonda, dört öncelik belirlenmiştir.

Dijital olarak yetenekli nüfus ve dijital uzmanlar: Avrupa Sosyal Haklar Sütunu Eylem Planı, dijital becerilere sahip yetişkinler için 2030 hedefini %80 olarak öngörmektedir.

Güvenli ve performanslı sürdürülebilir dijital altyapılar: Avrupa’daki tüm hanelerin Gigabit ağı ile kapsanması, tüm yerleşim alanlarının 5G kapsamında olması, otonom araçlar, akıllı tarım, sağlık veri ve kayıtları, kamu sektörü modernizasyonu, üretim sektöründe bulut tabanlı yenilikçi endüstriyel hizmetler öngörülmüştür. Ayrıca AB kuantum teknolojilerine yatırım yaparak 2030’a kadar kuantum yeteneklerini en üst noktaya taşıyacaktır.

İşletmelerin dijital dönüşümü: 2030’a kadar, 5G, nesnelerin interneti, uç bilgi işlem, yapay zekâ, robotik ve artırılmış gerçeklik gibi dijital teknolojiler, veri ekonomisinde açık veri paylaşımına dayalı yeni ürünler, yeni üretim süreçlerinin

ve iş modellerinin merkezinde yer alacaktır. Dijital dönüşüm sürecinde üretim, sağlık, inşaat, tarım ve mobilite ile dijital çözümler (trafik kazalarını azaltma, yaşam kalitesini artırma vb.) yer alacaktır.

Kamu hizmetlerinin dijitalleşmesi: 2030'a kadar, çevrimiçi demokratik yaşam ve kamu hizmetleri (engelliler dâhil) herkes için erişilebilir olacak, kullanımı kolay, verimli ve kişiselleştirilmiş hizmet ve araçlarla dijital ortamdan yararlanılacaktır. Ayrıca yüksek güvenlik ve gizlilik standartlarıyla elektronik sağlık kayıtlarına (EHR) erişim, sağlık verilerinin paylaşımı, birlikte çalışabilirlik, güvenli altyapı ve ortak teknik spesifikasyonlar geliştirilecektir (European Commission, 2021a:4-10).

Dijital Pusula'da tüm bu süreçle birlikte dijital alanda, dijital kimlik ve dijital haklara da vurgu yapılmıştır.

5.1.Dijital Haklar Ve İlkeler Bildirgesi

AB'nin dijital geleceğinde, çevrimdışı ortamda geçerli olan tüm hakların çevrimiçi ortamda da kullanılması hedeflenmiştir. Bu yolla dijital alandaki fırsatlardan ve teknolojilerden faydalanılması öngörülmüştür. Buna göre Avrupa dijital kimliği ile vatandaşların çevrimiçi etkileşimlerini güvenli bir ortamda takip etmesi sağlanacak, kullanıcıların gizliliği korunarak çevrimiçi hizmetler yaygınlaştırılacaktır. AB'de 2030'a kadar temel kamu hizmetlerinin %100 çevrimiçi olması hedeflenirken kullanılan dijital teknoloji ve hizmetlerin yasal çerçeveye uyumlu olması, Avrupa tarzı haklara ve değerlere saygının ön planda olması öngörülmüştür. Bu amaçla AB değerlerinin ve temel haklarının çevrimiçi uygulanmasına ilişkin "Dijital On Yıl İçin Dijital Haklar ve İlkeler Bildirgesi" yayınlanmış ve bildirgede şu ilkelere yer verilmiştir:

İnsan merkezli dijital dönüşüm: Avrupalıların yaşamlarını iyileştiren, Birlik değerleri ve hukukuyla bireylere tanınan

hakların çevrimiçi ve çevrimdışı korunması, güvenli ve emniyetli bir dijital ortam için tüm dijital aktörlerin eylemlerinin teşvik edilmesi, dijital dönüşüm vizyonunun uluslararası ilişkilerde desteklenmesi öngörülmüştür.

Dayanışma ve kapsayıcılık: Bağlantı, dijital eğitim ve beceriler, çalışma şartları ve çevrimiçi dijital kamu hizmetleri bu kapsamda düzenlenmiştir.

Seçme özgürlüğü: Yapay zekâ ve algoritmalarla etkileşimde bulunulması dâhil, adil ortamda çevrimiçi seçim yapma hakkı düzenlenmiştir.

Dijital kamusal alana katılım: Demokratik katılım, ifade ve bilgi edinme özgürlüğü, yasa dışı içerikle mücadele ve dezenformasyona karşı koruma düzenlenmiştir.

Emniyet, güvenlik ve yetkiler: Korunmalı, güvenli ve emniyetli çevrimiçi ortam, verilerin gizliği ve bireysel işletim, çocuklar ve gençlerin çevrimiçi ortamda korunması esas alınmıştır.

Sürdürülebilirlik: Dijital ürün ve hizmetlerin çevreye olan olumsuz etkilerinin en az olacak şekilde tasarlanması, üretilmesi, kullanılması, imha edilmesi ve geri dönüştürülmesi amaçlanmıştır. Çevre ve iklim üzerinde olumlu etkisi olan dijital çözümlerin geliştirilmesi ve uygulanması esas alınmıştır (European Commission, 2022).

Diğer yandan Dijital Pusula'da ihtiyaç duyulan kapasiteler için üye ülkelerle AB kaynaklarının birleştirilmesi, Kurtarma ve Dayanıklılık Tesisi (RRF) Yönetmeliği ve Teknik Destek Aracı ile çok ülkeli dijital projelerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda; *Güvenlik Operasyon Merkezleri, Güvenli Kuantum İletişim Altyapısı, Bağlantılı Kamu Yönetimi, Avrupa Blockchain Hizmetleri Altyapısı ve Avrupa Dijital İnovasyon Merkezleri* gibi çeşitli projeler geliştirilmiştir

(European Commission, 2021a). Bu projelerden Dijital İnovasyon Merkezleri (DIH-Dijital İnovasyon Hubs) AB üyesi ülkelere dağılmış durumdadır. DIH sayısı bakımından sırayla İspanya, Fransa, Almanya ve İtalya başı çekmektedir. DIH'ler sahip oldukları teknik yeterlilikleri ile kamu yönetimi ve savunma sektörüne dijitalleşme hizmetleri sunarak dijital dönüşüme katkı sağlamaktadır. DIH'lerin teknik yeterlilikleri arasında a) Nesnelerin interneti b)Yapay zekâ ve bilişsel sistemler c) Veri madenciliği, büyük veri, veri tabanı yönetimi d) Artırılmış ve sanal gerçeklik, görselleştirme e) Siber fiziksel sistemler yer almaktadır. Ayrıca DIH'lerin hizmetleri arasında a) İşbirlikçi araştırma b) Ekosistem oluşturma, keşif, komisyonculuk, ağ oluşturma c) Farkındalık yaratma d) Konsept doğrulama ve prototip oluşturma e) Eğitim ve beceri geliştirme yer almaktadır (Baldini vd.,2019: 222-228).

6. DİJİTAL AVRUPA PROGRAMI (2021-2027)

2021'de onaylanan Dijital Avrupa Programı (DIGITAL) bir AB finansman programıdır. Dijital teknolojiyi işletmelere, vatandaşlara ve kamu idarelerine getirmeyi amaçlayan programla, dijital dönüşümü destekleyerek hızlandırmak ve faydalarını Avrupa vatandaşlarına, kamu hizmetlerine ve işletmelere sunmak amaçlanmıştır. Ayrıca rekabet edebilirliği güvence altına alma, dijital uçurumu azaltma ve Birliğin stratejik özerkliğini ve bütünlüğünü güçlendirmenin yanı sıra programla, süper bilgi işlem, yapay zekâ, siber güvenlik, ileri dijital beceriler ve DIH ile dijital yeteneklerin birlikte çalışabilirliğin sağlanmasına yönelik projelerin finansal açıdan desteklenmesi öngörülmüştür (Szczepekanski, 2021).

7. AB'NİN YEŞİL VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM BİLDİRGESİ

AB, 2021'de COVID-19 salgının olumsuz etkilerini gidermek ve Avrupa Tek Pazarı'nı onarmak amacıyla NextGenerationEU adı verilen kurtarma paketini onaylamış; bu paketle üye ülkelere sürdürülebilir ekonomik büyüme, toplumunun dayanıklılığını güçlendirme ve çevre dostu bir AB için finansal destek sağlanması öngörülmüştür. Ayrıca NextGenerationEU ile Yeşil Mutabakat ve dijital dönüşüm stratejilerinin eşgüdümlü uygulanması planlanmış; sürdürülebilir ekonomik büyümeyi sağlama, AB toplumunun dayanıklılığını inşa etme, sürdürülebilir çevre dostu bir AB için finansal destek sağlanması amaçlanmıştır (European Commission, 2020b).

COVID-19 salgını sonrasında üye ülkeler salgının çok boyutlu hasarını onarabilmek için bölgesel ve ekonomik yapılarına, ihtiyaçlarına göre stratejiler belirlerken ortak hedefler için de karar aldıkları bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu süreçte dijitalleşme ve çevre ilişkisine yönelik tartışmalar hız kazanırken; yeşil ve dijital geçiş yani ikiz dönüşüm bir öncelik haline gelmiştir. İkiz dönüşüm kapsamında 2020'de AB'nin Yeşil ve Dijital Dönüşüm Bildirgesi imzalanmış 2021'de Avrupa Yeşil Dijital Koalisyonu kurulmuştur (Digitalday, 2021). Bildirge ile dijital ağların, teknolojilerin ve uygulamaların sürdürülebilir çevre ve iklim değişikliğine uyumda fayda sağlayacağı AB'nin yenilikçi, sürdürülebilir esnek bir toplum ve ekonomiye dönüştürülebileceği belirtilmiştir. Koalisyonun hedefi ise iklim değişikliğinin izlenmesi için dünyanın dijital ikizinin oluşturulması, karbon yakalama teknolojilerinin kurulması, bilişim ekosistemleri ve büyük verinin Avrupa'da konumlandırılması gibi alanlarda harekete geçilmesi olarak belirlenmiştir. Ayrıca, iklim tarafsızlığının sağlanması için NextGenerationEU ve InvestEU fonlarının birlikte kullanılmasıyla, Avrupa'daki sektörlerde yeşil dijital geçişlerin

hızlandırılması ve yeşil dijital teknolojinin yaygın hale getirilmesi planlanmıştır. Dijital geçiş ve teknolojilerin daha akıllı ve daha yeşil kullanımı, Avrupa Yeşil Anlaşması'nın temel hedeflerinden biri olan, Avrupa'nın 2050 yılına kadar iklim açısından tarafsız ilk kıta olmasına yardımcı olacaktır (European Commission, 2021b). Sıfır kirlilik hedefine ulaşmak için dijital çözümlerin kullanılmasına yönelik politika gündemiyle, veri merkezleri ve iletişim ağlarının çevresel ayak izini azaltmak için önlemler alınması; imha edilen BİT ürünlerinin miktarının azaltılmasına ilişkin eylem planının 2025 yılına kadar hazırlanması öngörülmüştür. Ayrıca Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında yayımlanan girişimlerle Döngüsel Ekonomi Eylem Planı, Tarladan Sofraya Stratejisi ve 2030 AB Biyoçeşitlilik Stratejisi gibi çevre ve iklim hedeflerine ulaşmak için dijital araçlardan yararlanma ve ikiz dönüşümün bir arada yürütülmesi amaçlanmıştır (European Council, 2020).

8. AVRUPA POLİTİKA ALANI OLARAK DİJİTAL DÖNÜŞÜM

AB, “Küreselleşmeden Yararlanma” belgesinde (2017), dijitalleşme, 2025'te küreselleşmeyi ve küresel düzeyde ekonominin tüm sektörlerini etkileyen ana sorunlardan biri olarak değerlendirilmiştir (European Commission, 2017a). Bu sürecin, bir sektörü etkileyen ve işinden olan işçilerin diğer sektörlerde iş bulmasını mümkün kılan önceki teknolojik yenilik dalgalarından farklı olacağı; ekonomi ve toplum üzerindeki etkilerinin küresel ve sektörler arası doğası nedeniyle daha derin olacağı ifade edilmiştir. Dijitalleşmenin ekonomik sektörlerin dönüşümü yanında, kişilerin yaşam tarzını, iletişimini ve sosyal etkileşimini de etkileyerek toplumu değiştireceğine dikkat çekilmiştir. Dijital dönüşümün, tüm Avrupa politikalarını etkileyeceği yaklaşımıyla stratejik bir politika alanı olması hedeflenmiş dijital dönüşüm ve

ağlara yapılan yatırımların ciddi oranda artırılması öngörülmüştür. Yapay Zekâ (AI), Siber Güvenlik ve Yüksek Performanslı Bilişim stratejik alanlar olarak belirlenirken, Yapay Zekâ Avrupa Stratejisi COM (2018) ve Yapay Zekâ Koordineli Plan COM (2018) yayınlanmış, Ulusal Yapay Zekâ Stratejileri için çerçeve belirlenerek Ortak Araştırma Merkezi (JRC)'nin rolüne vurgu yapılmıştır. Ayrıca yapay zekâ ile ilgili AB Tebliğinin (2018) uygulanması ve politika geliştirme sürecinde önerilerde bulunması için Yapay Zekâ Üst Düzey Grubu oluşturulmuştur (European Commission, 2018a; European Commission 2018b). Blockchain teknolojisinin potansiyelini kabul eden AB, AB Blockchain Gözlemevi ve Forumu başlatarak AB düzeyinde blockchain altyapısının oluşturulmasını hedeflemiştir. FP7 ve Horizon 2020 programlarıyla desteklenen blockchain teknolojisinin, kamu sektöründe vergi raporlaması (KDV ve Gümrük); tapu ve ticaret sicilleri; e-oylama; vatandaşların kimlik yönetimi; sağlık kayıtları yönetimi, ilaç kaydı ve sosyal yardım ve mülteci yönetimi gibi alanlarda kullanılması öngörülmüştür (European Commission, 2018c). AB'de bulut bilgi işlemin, BİT maliyetini azaltması, yeni ve yenilikçi hizmetlerin dağıtımını desteklemesinden yola çıkarak, Avrupa Bulut Stratejisi ve Yüksek Performanslı Bilgi İşlem (HPC) Stratejisine dayanan Avrupa Bulut Girişimi desteklenmiş; bu teknolojinin kamu sektöründe kullanılmasında, veri koruma, güvenlik, az sayıda tedarikçiye bağımlı olma ve üye ülkelerdeki yasal sorunlara dikkat çekilmiştir (Baldini vd.,2019:215). Diğer yandan AB inisiyatifleri, siber güvenlik, Açık Veri Direktifi, Connecting Europe Facility (CEF), ISA (birlikte çalışabilirlik) programı, Horizon 2020, Avrupa Yapısal ve Yatırım Fonları (ESIF), Yapısal Reform Destek Hizmeti (SRSS) ile birlikte 2007/2/EC sayılı Direktifle Avrupa Topluluğu Mekânsal Bilgi Altyapısı (INSPIRE)'ni oluşturmuştur. Direktifle dijital birlikte çalışabilir veri ve hizmetlerin teknik yönü, veri sunmaya yönelik ağ hizmetleri, idarenin organizasyonu ve koordinasyonu dâhil,

jeo-uzamsal referans verileri, sağlık, enerji, endüstri ve tarım politika alanlarında dijital veri etkileşimi öngörülmüştür (Eur-Lex, 2007). Dijital kamu hizmetlerinde birlikte çalışabilirliği esas alan AB, bunu "entegre kamu hizmeti" adıyla yasal, örgütsel, anlamsal ve teknik olarak dörde ayırmıştır. İlk başta belirli alanlarda sağlanan, ortak altyapıların oluşturulmasıyla koordinasyon ve organizasyon merkezli gelişme gösteren birlikte çalışabilirlik, tüm yönetim düzeylerinde gerçekleşirken verilerin birlikte çalışabilirliği, yasal olarak düzenlenmiştir.

AB’de üye ülkelerin politika hedef ve araç tercihlerinin farklı olması, yasaların ve kamu sektörlerinin oluşum ve yönetişiminin farklı olması, jeopolitik nedenler teknoloji kullanımında farklılıkları beraberinde getirmiştir. Ancak AB, dijital dönüşümün ortak hedeflerine ulaşmak için yasal düzenlemelerle engelleri kaldırarak, sınır ötesi faaliyetler için de ortam sağlamıştır. Dijital teknolojilerle etkinleştirilen yönetim ve kamu hizmetleri, üye ülkelerin yetkinliğinde olsa da AB, Dijital Tek Pazar’ı etkinleştirmek için girişimlerde bulunmuştur. Ağ ve Bilgi Güvenliğini (NIS) uygulayarak, siber güvenlik alanında da kapasitenin artırılmasını hedeflemiştir. Ayrıca GDPR ile veri korumasını garanti ederek kişisel verilerin AB içinde serbest dolaşımını sağlarken, yeterli dijital becerilerin kazanılması için Dijital Beceriler ve İşler Koalisyonu oluşturmuştur (Digital skills and jobs platform,t.y.; Eur-Lex, 2016). AB’nin Yeşil Mutabakat’la birlikte iki temel önceliğinden biri olan dijitalleşme, altyapı ve teknolojiye sahip olmayı gerektirdiği için üye ülkelerin dijitalleşme hız ve kapasitelerini farklılaşabilmektedir. Bu durum dengeli bir dijitalleşmeyle, dijital uyumun sağlanması için AB’ye görev yüklemektedir.

AB’de dijital eylem ve hedefler düzenli olarak dijital puan tablosunda (digital scoreboard) belirtilmektedir. Dijital puan tablosu, Dijital Ekonomi ve Toplum Endeksi (DESI)’nden ve Avrupa Dijital İlerleme Raporu (EDPR)’ndan veriler

içermektedir. Avrupa'nın dijital performansı ile ilgili göstergeleri ve üye ülkelerin dijital rekabet edebilirlik düzeyindeki ilerlemeyi izleyen DESI, üye ülkelerin dijitalleşme sürecinde (ekonomik/sosyal) ihtiyaç duyduğu yatırım alanlarının belirlenmesini amaçlamaktadır (Sevgi, 2021: 39-40). AB politika öncelikleri ve politika hedeflerinin gerçekleştirilmesine yönelik girdiler, Avrupa'daki dijital performansın ilerleme kaydettiğini gösterirken, üye ülkelerde bu süreç Ulusal Birlikte Çalışabilirlik Çerçevesi Gözlemevi (NIFO) tarafından takip edilmektedir (European Commission, t.y.; Millard, 2008 :4).

9. SONUÇ

AB, dijital dönüşümü ekonomi ve toplumsal etkileri, sınır ötesi niteliği, küresel ve sektörler arası doğası nedeniyle tüm Avrupa politikalarını etkileyen bir süreç olarak değerlendirmiştir. Politika döngüsünün her seviyesinde işbirlikçi, şeffaf ve katılımcı bir yaklaşım benimseyen AB, dijital dönüşüm için öncelikli politika alanları belirlemiş; dijital kamu hizmetleri oluşturma, sınır ötesi eyleme geçme, birlikte çalışabilirlik yoluyla pazarlara erişim sağlama ve idare ile vatandaşlar ve işletmeler arasında dijital etkileşimi kolaylaştırıcı ilkeler belirlemiştir. Dijitalleşme ve dijital dönüşüm sürecinde 2010 yılına kadar internet kullanımını arttırarak geniş bant internet erişimini de mümkün kılan AB, e- devlet hizmetinin kullanımında önemli bir başarı yakalamış ancak bu süreçte dijital bölünme gerçeğiyle de yüzleşmiştir. Avrupa'nın BİT sektöründe yeterince gelişmemiş olmasının BİT'in dönüştürücü gücünden faydalanılmasını zorlaştırdığından hareketle bir dizi sorunun aşılması için politika hedefleri belirleyen AB, ardından Avrupalılar için işleyen bir teknoloji, adil ve rekabetçi bir dijital ekonomi ve açık, demokratik ve sürdürülebilir bir toplum yaklaşımıyla dijital dönüşümü üç boyutta tanımlamıştır. Bu süreçte ifade hürriyeti, kişisel verilerin

ve gizliliğin korunması dâhil, Avrupa değerleri ve ilkeleri ile bütünleşmiş bir dijital dönüşümü ortaya koyan AB, dijital alanda, dijital kimlik ve dijital haklara vurgu yaparak, çevrimdışı ortamda geçerli olan tüm hakların çevrimiçi ortamda da kullanılmasını öngörülmüştür. Ayrıca dijital ürün ve hizmetlerin çevreye olan olumsuz etkilerinin en az olacak şekilde tasarlanması, üretilmesi, kullanılması, imha edilmesi ve geri dönüştürülmesi amaçlanmıştır. Dijitalleşme ve dijital dönüşümü çeşitli finansman programlarıyla destekleyen AB, yeşil ve dijital geçişi bütünleştirerek ikiz dönüşümü gerçekleştirmek için girişimlerde bulunmuş, sıfır kirlilik hedefine ulaşmak için dijital çözümlerin kullanılmasını öngörmüştür. AB, tüm bu süreçle birlikte üye ülkeler arasında dengeli bir dijitalleşmeyle de dijital uyumu sağlamayı hedeflemiştir.

KAYNAKÇA

- Baldini, G., Barboni, M., Bono, F., Delipetrev, B., Duch Brown, N., Fernandez Macias, E., ... Nepelski, D. (2019). *Digital transformation in transport, construction, energy, government and public administration*. Technical Report. Joint Research Centre. https://eprints.ugd.edu.mk/28046/1/5.%20jrc_digital_transformation_final_on_line_en_baja_resoluci%C3%B3n_online.pdf
- Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2018). *Türkiye'nin sanayi devrimi "dijital Türkiye" yol haritası*. https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/2023_Dijital-Turkiye-Yol-Haritasi.pdf
- Bloomberg, J. (2018). Digitization, digitalization, and digital transformation: confuse them at your peril, *Forbes*, 1-6.

- Digitalday (2021, 19 March). *Declaration of the European green digital coalition members*. https://www.green.digitalcoalition.eu/assets/uploads/2022/02/EGDC-declaration-to-sign_v2.pdf
- Digital Skill and Jobs Platform (t.y.). *Digital skills and jobs coalition, European Union*. <https://digital-skills-jobs.europa.eu/en/about/digital-skills-and-jobs-coalition> (Erişim tarihi:11.09.2023)
- Eur-Lex (2007). *Directive 2007/2/EC Of The European Parliament and of the Council*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32007L0002>
- Eur-Lex (2010). *A digital agenda for europe/ COM/2010/0245final/*. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:EN:PDF>
- Eur-Lex (2016). *Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation)*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=OJ:L:2016:119:FULL>
- European Commission (t.y.). *ISA²-interoperability solutions for public administrations, businesses and citizens*. https://ec.europa.eu/isa2/actions/fostering-national-interoperability-frameworks-across-europe_en (Erişim Tarihi:21.08.2023).
- European Commission (1993). *White paper on growth, competitiveness and employment: the challenges and*

sources for entering into the xxist century.
<http://europa.eu.int/en/re>
[cord/white/c93700/contents.html.](http://europa.eu.int/en/re)

European Commission (1994a). *Europe and the global information society*, Bangemann Report Recommendations to the European Council.
<http://www.bib.Unimannheim.de/bereiche/edz/pdf/bangemann.pdf>

European Commission (1994b). *Europe's way to the information society*. An Action Plan COM(94) 347 final.
[http://europa.eu.int/ISPO/docs/htmlenerated/iCOM\(94\)347final.html](http://europa.eu.int/ISPO/docs/htmlenerated/iCOM(94)347final.html)

European Commission (1997). *Green paper on the convergence of the telecommunications, media and information technology sectors and the implications for regulation*.
<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l24165.htm>

European Commission (2000). *eEurope 2002: an information society for all*. http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/action_plan/pdf/actionplan_en.pdf

European Commission (2001). *eEurope+, a co-operative effort to implement the information society in Europe*, Action Plan, http://europa.eu.int/information_society/topics/inter-national/candidate_countries/doc/eEurope_june2001.pdf

European Commission (2002). *eEurope 2005: an information society for all*. http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/news_library/documents/eeurope2005/eeurope2005_en.pdf

European Commission (2008). *i2010 Strategy for an innovative and inclusive European information society*.

https://ec.europa.eu/information_society/doc/factsheets/035-i20-10-en.pdf.

European Commission (2017a). *Reflection paper on harnessing globalisation*, COM(2017) 240. https://commission.europa.eu/system/files/2020-07/reflection-paper-globalisation_en.pdf

European Commission (2018a). *Artificial intelligence for Europe*, COM(2018) 237 final. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/communication-artificial-intelligence-europe>

European Commission (2018b). *Coordinated plan on artificial intelligence*, COM(2018) 795 final. https://ec.europa.eu/knowledge-4policy/publication/coordinated-plan-artificial-intelligence-com2018-795-final_en

European Commission (2018c). *Digital single market–blockchain technologies*. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/blockchain-technologies>

European Commission (2020a). *Shaping Europe’s digital future (2020)*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0067&from=EN>

European Commission (2020b). *Europe’s moment: repair and prepare for the next generation*. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_940

European Commission (2021a). *2030 Digital Compass: the European way for the digital decade*. <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2021/03/2030-Digital-Compass-the-European-way-for-the-Digital-Decade.pdf>

European Commission (2021b). *EU countries commit to leading the green digital transformation*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/eu-countries-commit-leading-green-digital-transformation>

- European Commission (2022). *European declaration on digital rights and principles for the digital decade*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/declaration-european-digital-rights-and-principles#Declaration>
- European Council (2000). *Lisbon European council, 23 and 24 March 2000, presidency conclusions*. http://www.europarl.eu.int/summits/lis1_en.htm
- European Council (2020, 17 December). *Digitalisation for the benefit of the environment: council approves conclusions*. Press release. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/12/17/digitalisation-for-the-benefit-of-the-environment-council-approves-conclusions/>
- Millard, J. (2008). eGovernment measurement for policy makers. *European Journal of ePractice*, (4), 1–14).
- OECD (2019). *Going digital: shaping policies, improving lives*, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264312012-en>
- Parlak, Z. (2004). Sanayi ötesi toplum teorilerinin eleştirel bir değerlendirmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 95-125.
- Schwertner, K. (2017). Digital transformation of business. *Trakia Journal of Sciences*, 15(1), 388-393.
- Sevgi, H. (2021). Analysis of the digital economy and society index (DESI) through a cluster analysis. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 37-51.
- Szczepanski, M. (2021). *Digital Europe programme funding digital transformation beyond 2020*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628231/EPRS_BRI\(2018\)628231_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628231/EPRS_BRI(2018)628231_EN.pdf)

- Şen, A. (2010). Avrupa Birliği'nde bilgi toplumu politikalarının evrimi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (4), 24-34.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü dalga* (S. Yeniçeri, Çev.), İstanbul: Koridor Yayıncılık
- Yaşa, S. ve Çolak, Y. (2011). *Avrupa Birliği'nin bilgi toplumu politikaları ve Avrupa için sayısal gündem girişimi çalışma raporu-3*. Ankara: Kalkınma Bakanlığı, 5-30.
- Yeniyıldız, S. (2021). *Dijital bir lider olarak AB: AB'nin dijital dönüşüm perspektifi ve dijital birlik*. İKV Değerlendirme Notu 248.

GİRİŞİMCİ PAZARLAMA KAVRAMININ YARATICILIK VE MUTLU TESADÜF YÖNETİMİ İLE BİRLİKTE DEĞERLENDİRİLMESİ

Ahmet BAŞALP¹

1. GİRİŞ

Günümüz pazarlama anlayışında önemli bir yere sahip olan yaratıcı bireylerin etkin olduğu girişimci pazarlama kavramı mutlu tesadüf yaklaşımının etkisi ile pazarlama alanında bizlere yeni ufuklar açmaktadır. Bu çalışmada yaratıcılık ve mutlu tesadüf yöntemleri kavramları açıklanarak girişimci pazarlama üzerindeki etkileri irdelenecektir. Yaratıcılığın ve mutlu tesadüflerin yenilikçi pazarlama üzerindeki etkileri üzerinde inceleme yapılacaktır.

Genel olarak bakıldığında girişimcilik ve pazarlama farklı disiplinler olarak algılansa dahi bu iki alanın birlikte incelendiği çalışmalar alanın önemine binaen artarak devam etmektedir. Farklı çalışma alanları gibi görünmesine rağmen aslında bu alanlar birbirlerini önemli derecede etkilemektedir. Pazarlama disiplininde çalışan pek çok bilim insanı girişimcilik ve yaratıcılık alanlarında çalışmalar yapmaktadır. Mutlu tesadüf yöntemi ve berberinde oluşan yaratıcılık iklimi pazarlama alanında yeni bir soluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca pazarlama alanında beklenmeyen yenilikler ve yaratıcı faaliyetler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda yeni süreçlerin ve

¹ Öğr. Gör. Dr. Erciyes Üniversitesi, Teknoloji Araştırma ve Uygulama Merkezi, ahmetbasalp@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4539-2813.

tanımların oluşması ile neticelenmektedir olmaktadır. (Carson ve Coviello, 1996).

Girişimciliğin temellerinde yaratıcılık faktörü olduğu ve yaratıcılığın pazarlama faaliyetlerini de etkilediği göz ardı edilemez. Yaratıcılık ve girişimcilik mutlu tesadüfler ile birlikte başarıyı da beraberinde getirmektedir.

Pazarlama süreçleri ile girişimciliğin birlikte çalışması ile girişimci süreç pazarlaması kavramı oluşturulmuştur (Jones ve Rowley, 2011). Girişimci pazarlama şeklinde adlandırılan pazarlama süreci oluşan değişimleri fark edebilme, pazarda yer alan tüketicilerin meydana gelebilecek değişimleri tahmin edebilmek şeklinde ifade edilmektedir. Pazarlarda meydana gelen değişiklikleri anında algılayıp bunlara karşı stratejiler geliştirebilmek oldukça güçtür. Yaratıcı bireylerin sahip oldukları algısal yetenekleri ve uygun iklimde zamanla tesadüflerinde katkısı ile başarılı pazarlama süreçleri yürüttükleri görülmektedir (Collinson ve Shaw, 2001).

2. YENİLİKÇİ PAZARLAMA

Yenilikçilik temel manada diğer benzerlerinden farklılaşmak şeklinde yorumlanırken organizasyonlar açısından diğer örgütlerden farklılaşmak amacı ile ortaya koyulmaktadır. Örgütler kendilerini diğer aynı alandaki rakiplerinden ayıran faktörleri ortaya çıkarmak şeklinde ifade edilmektedir. Firmalar ürettikleri malları veya hizmetleri diğer organizasyonel yapılardan daha farklı şekillerde ifade ederek nihai amaçlarına ulaşmaya çalışmaktadırlar. Organizasyonların diğer benzerlerinden daha değişik bir şekilde konumlanmalarına en büyük katkıyı sağlayan faktör yenilikçilik yani inovasyon faktörüdür (Kılıç, 2016).

Yenilikçilik ve pazarlama stratejilerinin istenilen hedefe ulaşabilmelerinin yolu stratejik olarak yaratıcı bir altyapıya sahip örgütsel davranış stratejileri ile mümkün olabilmektedir. İşin temelinde yaratıcılığın ve yenilikçiliğin olması istenilen pazarlama başarısının hedefler doğrultusunda elde edilebilmesini de mümkün kılmaktadır (Akçi ve Balantekin, 2018). Yenilikçi pazarlama örgütsel yapıya kar elde ettiren ve benzerlerinden ayırtıran bir yapıyı karakterize eder (Kırım, 2007).

Müşterilerin beklentileri doğrultusunda yenilikçi ürünlerin pazarlama faaliyetlerinde büyük kolaylık sağladığı gibi aynı zamanda beklentilerinde dikkate alındığı inovatif ürünlerin ortaya çıkmasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcı ve başarılı ürünler pazarlarda başarılı oldukça bu yöndeki çalışmaları da teşvik etmektedir (Kotler ve Keller, 2012: 4). Piyasada bulunan ürünleri üzerinde yapılacak küçük ve fonksiyonel değişikliklerde pazarlama süreçlerinde yeni bir süreç şeklinde ifade edilebilir (Bekoğlu & Ergen, 2016: 925).

Pazarlama faaliyetleri diğer tüm alanlar gibi sanat alanında da söz konusudur. İçinde bulunduğumuz süreçte sanatsal ürünlerde girişimci ve yaratıcı faktörlerin ön planda olduğu pazarlama süreçleri esastır (Hackley ve Mumby-Croft, 1998).

Pazarlama süreçlerinin başarı ile sürdürülebilmesi için müşterilerin beklentilerine göre şekillendirilmesi yaratıcılık ve müşteri beklentilerinin bu yönde şekillenmesi başarıyı getirecektir (Marušić, 2019: 434). Pazarla süreçlerinin pek çok uygulamasında yaratıcılığın ve mutlu tesadüflerin etkilerini görmemiz mümkündür bunların örneklerinden bir tanesi de viral pazarlama süreçleridir. Bu tip pazarlama sürecinde yaratıcı bireylerin oluşturduğu yenilikçi ve yaratıcı kampanyalar, müşterileri cezbeden, onları mutlu eden, kişisel hazlarına hitap eden cazip mesajlar ile birlikte yürütülür (Argan ve Argan Tokay, 2006).

3. PAZARLAMA İNOVASYONU

Yenilikçilik veya dilimize de geçmiş hali ile inovasyon alışılmışın dışında bir fikir ortaya koyma, farklı bir süreçle ürün geliştirme, baştan aşağı veya bir kısmı değiştirilmiş şekilde mal ve hizmetleri üretme şeklinde ifade edilebilir (Trott, 2008)

Pazarlama alanında inovasyon müşteriye sunulmakta olan ürünün görsel özellikleri, piyasada bulunan rakipleri ile nasıl konumlandığı ve nihayetinde firmanın piyasaya sürdüğü ürünü nasıl fiyatlandırıldığı ile kimlik bulmaktadır (Uzkurt ve Şen, 2012). Diğer bir açıdan bakıldığında pazarlama inovasyonu kavramı organizasyonun bulunduğu pazarda daha güçlü yer edinmesi, güçlü şekilde rakabet koşullarına ayak uydurabilmesi ve pazarda meydana gelecek değişikliklere hızlı ve yaratıcı çözümler bulması ile betimlenir (Ungerman ve diğerleri, 2018).

Pazarlama süreçlerinde inovasyon teknolojik yeniliklerinde etkisi ile Pazar içerisinde oluşan beklentilerin yaratıcı yaklaşımlar ile çözülerek ürüne dönüşmesi ile birlikte organizasyonu ana hedeflerine ulaşmasında pazara odaklı olarak yardımcı olacaktır. Firma içerisinde yenilikçilik yaklaşımı işletmenin tüm alanlarında katkı sağlayacaktır. Yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımların riskleri olduğu da unutulmamalı ve bu risklerin azaltılması için doğru yaklaşımlarda bulunulmalıdır. Pazarda bulunan müşterilerin taleplerine göre pazara sunulacak olan malların veya pazara sunulan hizmetinde şekillendirilmesi gerekmektedir. Organizasyonların yer aldığı pazarlarda yenilik beklentileri pazarların tüm şeklini ve işleyişini değiştirebilecek potansiyele sahiptir (Yılmaz, 2016).

4. MUTLU TESADÜF YÖNETİMİ

Başarılı bir yenilik kümesi sıklıkla akademik çevreden, kültürel sektörden ve iş hayatından üyelerin verimli bir şekilde bir

araya geldiği topluluk olarak addedilebilir. Stratejik planlama ve liderlik kültürü belirlemeye ek olarak tesadüfi karşılaşmalar ve faydalı çarpışmaları da yenilik sürecinde belirgin bir rol oynamaktadır (Kakko ve Inkinen, 2009). Bu bağlamda, önceki dönemlerde Roberts ve Eyre tarafından yapılan çalışmalar içerisinde sıklıkla değinilen diğerleri arasından anlayışlı şekilde yönelinilen kavram mutlu tesadüf şeklinde ifade edilmektedir (Roberts, 1989; Eyre, 1999).

Mutlu tesadüf yönteminin anlaşılması ve beraberinde yaratıcı insanların bir araya getirilmelerinin sağlayacağı katkının pazarlama faaliyetlerine önemli bir katkı getireceğinin iyi anlaşılmasını gerektirir. Mutlu tesadüf yönetimi yaratıcı kaynakları en etkili şekilde kullanarak olumlu çevreler ve durumlar yaratmayı amaçlayan yeni bir yönetim paradigmasının da bir parçası olabilir.

Mutlu tesadüf, genel itibarı ile amaçlanandan daha iyi bir sonuca götürebilen tesadüfi, planlanmamış bir karşılaşmadır (Kakko ve Sam, 2004). Bu nedenle, mutlu tesadüf, talihli karşılaşmalar, faydalı kazalar ve olumlu çarpışmalar olarak tanımlanabilir (Inkinen, 2008)

Bilim teknoloji tarihinde bu alanda çok önemli örnekler bulunmaktadır, yeniliklerin buluşuna dönüşen sayısız mutlu tesadüf keşfi bulunmaktadır. Bu liste çok uzun olup oldukça etkileyicidir: Bunlardan bir kısmını örnek verecek olur isek Arşimet prensibi, Columbus'un Amerika'yı bulması, sağlık sorunları olan hasta bir Kızılderili yerlisinin kinini bulması, Isaac Newton ve yerçekimi yasası. Bunlardan daha yakın zamana ait örnekler incelendiğinde ise karşımıza çiçek aşısı, sentetik kauçuk, selüloit, suni ipek, insülin, X ışınları, doğal olmayan yapay tatlandırıcı, penisilin, her yerde kullanılan naylon, polietilen, bugün her mutfakta kullanılan teflon, aspirin, iletişimde önemli

bir çığır açan kısa mesajlaşma teknolojisi (SMS) vb örnekler karşımıza çıkmaktadır (Mumford ve Gustafson, 1988).

Mutlu tesadüf, bölgelerarası oluşan yenilikleri oluşturmada ana bir olgu olarak görülebilir. Mutlu tesadüfün etkili şekilde kullanımı süreçlerin iyi yönetilmesini gerektirmektedir; bundan dolayı süreç yönetimi için araçlar ve yöntemlerin iyi tasarlanması gereklidir. Mutlu tesadüf terimini yenilik çalışma çevreleri ve Global Oasis Network ile 2005 yılından itibaren ilişkili olarak kullanmaktadır (Glotova vd, 2005).

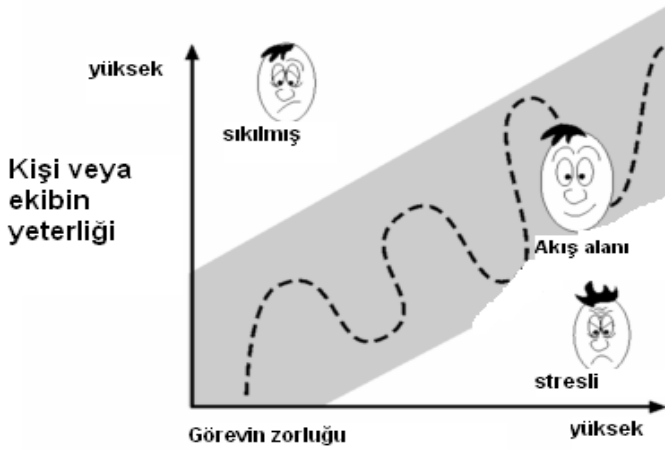
Başarı ile gerçekleştirildiğinde mutlu tesadüf yönetimi yeniliklerin buluşunu geliştirebilecek yeni ve kesişen fikirler keşfetme olasılığını geliştirebilir (Kakko vd., 2006). Çeşitli sosyal ağlar bugünün bilgi işçileri için doğal çevreler haline gelmeye başlamıştır. Ekip, çeşitlilik kazandıkça yaratıcılık faktörünün artması ile birlikte yenilik yaratma ihtimalleri daha da yüksek olacaktır. Ancak yine de, çeşitliliği olan ekiplerde, düşük değerli yeniliklerin sayısı da oldukça fazladır (Fleming, 2004). Neyin kim tarafından ve ne zaman yapılacağının planlanması her zaman yönetimin başlıca görevlerinden biridir. Benzer kaynaklara sahip birleşik sistemlerde kaynak dağılımı önceden ve yukarıdan aşağıya doğru kolaylıkla yapılabilir. Planlama eylemden ayrıdır. Beşeri sermaye kaynaklarının değer yaratmada kararlı etkenler olması durumunda ve işin global, merkezileşmemiş bir çevrede olması durumunda, yukarıdan aşağıya süreci her halükarda verimsiz olacaktır. Bir yönetici kimin en iyi bildiğini veya gerekli katkıların nereden gelmesi gerektiğini bilemeyebilir. Mutlu tesadüf yönetiminin rolü düşük değerli yeniliklerin sayısını azaltma ve güven inşa etme; birlikte yapılan keşifler için ilham sağlama; ve yüksek potansiyellerini kullanmaları için insanları bir araya getirme gibi farklı kolaylaştırma teknikleri yoluyla yenilik buluşunun sayısını arttırmaktır (Kilpi, 2006). Unutulmamalıdır ki yaratıcı insanların

yer aldıkları yaratıcı çevre soğuk bir organizasyondan daha fazla bir organizmadır. Yaratıcılık faktörünün çok yükse olduğu topluluklar bile zorluklarla karşı karşıya kalabilir fakat fikirler üzerindeki pek çok tartışma verimli hale gelebilir. Yaratıcılığın sınırlayan ve kısıtlayan önündeki engeller kolaylıkla listelenir. Doğal yaratıcılık sıklıkla rekabet ve sıkı programlar tarafından öldürülmektedir. Yaratıcı insanlar genellikle hassas olurlar. Hem eğitim kurumları hem de çalışma birlikleri farklılıkları hoş görme ve çeşitliliği destekleme ile ilgili zorlukla karşılaşmaktadır (Kakko ve Inkinen, 2009).

Bölgesel kalkınma ve basit pazar anlayışları önceleri yerel yeterliğe bel bağlamak yeterli idi ancak artık dünya ve pazarlama çevresi çok değişti. İçerikli ve üretken bir yenilik çevresi bölgesel tarih ve kültürden, kuruluşun yöntemlerinden ve zamanla kabul edilen davranış şekillerinden günümüze yaratıcılığı ve yaratıcı ürünlerin satıldığı pazarları çok etkilemektedir. Birçok bilim adamı ve araştırmacı bilgi ekonomisi terimini yaratıcı ekonomi olarak değiştirmiştir neticede oluşan yaratıcı pazarların oluşmasında rol oynamaktadır (Kakko ve Inkinen, 2009)

İçerisinde yeni yaratıcı sınıfın ana rolü oynadığı, sanatsal ve kültürel yaratıcılık ile bilgi ekonomisi yapıları ve bu çerçevede yenilikçi pazarların oluştuğu, arasındaki bağlantının vurgulandığı bir sosyal sınıfı canlandırmaktadır. Sonuçta yaratıcı bireylerin rol oynadığı araştırma işlemleri yüksek derecede eğitilmiş ve yaratıcı iş gücünün etkin olduğu organizasyonların pazarda yer almaları ve varlıklarını sürdürebilmeleri bu sayede mümkün olmaktadır (Florida, 2002). Yeni sermaye ve zenginlik özellikle uzmanlık hizmeti sağlayıcıları için yaratılmıştır (Lash ve Urry, 1994).

Şekil 1. Akış Alanı: Yeterliğin Zorluk ile Buluşması.



Akışı desteklemek için gerekli olan ortamın yaratılması ve çalışma kültürü ve araçların geliştirilmesi ana hedeflerindendir.

Kaynak: (Kakko ve Inkinen, 2009).

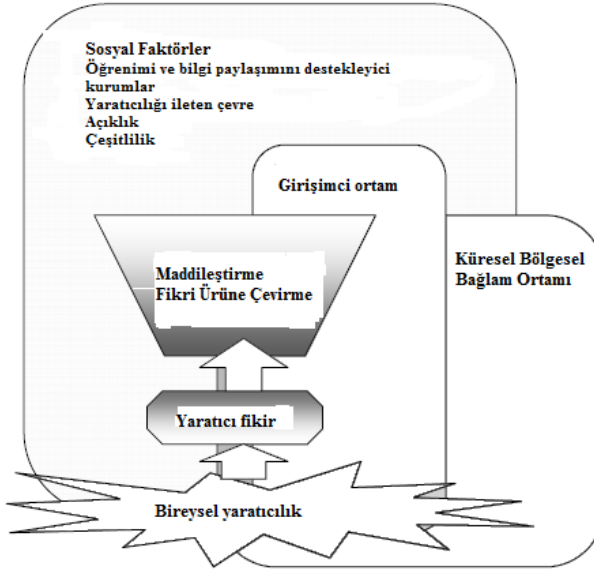
Genel olarak baktığınızda teknolojinizi mevcut işinize hedeflemek ve yaratıcılık sanki satranç oyunu gibidir. Bu oyunda Parçaları tanırsın, ne yapıp ne yapamayacaklarını bilirsin. Bu oynadığın oyunda mücadelenin olacağını bilirsin ve müşterinin oyunu kazanmak için senden ne istediğini bilirsin. En başta pek çok hamle düşünebilirsin ve aslında kazanmak istiyorsan da pazarda müşterinin senden ne istediğini ve ne isteyebileceğini düşünmek zorundasındır. Yeni bir pazarda teknolojinizi tamamen farklı olarak planlamak ve yaratıcı bir şekilde müşteriye sunmak zorundasınız (Chesbrough, 2003).

5. YARATICILIK VE İNOVASYON İLİŞKİSİ

Yaratıcılıkla ilgili olarak birbiriyle bir dereceye kadar ilişkili olan dört analiz seviyesi bulunmaktadır. Bunları ele alacak olur isek; bireysel, organizasyonel şirket, yerel, şehre ait ve bölgesel, ulusal ve uluslararası şeklinde bir sınıflama yapılması mümkündür. Elbette bütün bu katmanlar özünde sosyal çevre

içerisinde birbirleriyle örtüşen noktalara sahiptirler. Yaratıcı bir birey kendi iş yeri ve daha ötesine uzanan bağlantı ağları ile etkileşim halindedir. Şirket içinde bulunduğu ekosistemde izole edilmiş bir figür olmanın tersine yerel ekonomide etkin bir aktördür. Bunun yanı sıra küresel manadaki üretim ve işlemlerde de bir düğüm noktası halini almıştır bu şirketin pazarda önemli bir figür olmasına olanak sağlamaktadır. Yaratıcılık ölçülüp kavramsallaştırılması son derece önemli olup doğru anlaşılması gerekir. Şekil 2’de görüleceği üzere bireysel yaratıcılığı etkileyen unsurlar başlıklar halinde belirtilmiştir. Teknolojik değişimin ve buna bağlı olarak pazarda daha fazla yer alabilmenin anahtarı ise bir ekonomi içerisinde bilgi ve innovasyonun nasıl yaratıldığı ve bu yaratılan ürünün nasıl pazarlandığı bize yol gösterici olacaktır (North, 1990). Neoklasik iktisat maksimizasyona fiyat mekanizması dışında yeterli bir açıklama getirmeyen çalışma alanında yenilikçi ürünlerin kendi fiyatını ve pazarını nasıl etkilediğinin araştırılmalıdır (Williamson, 1985)

Şekil 2.Yaratıcılığın Süreç ve Bağlamı



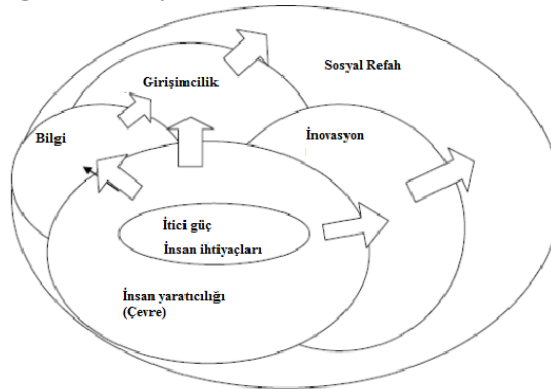
Kaynak: (Antonopoulos, 2009)

Bireysel yaratıcılık ve sonuçları üzerinde yapılan çalışmalar henüz çok eski tarihlere gitmemektedir (Knight, 1921) ve daha son dönemde yapılan çalışmalarda kurumsal yaklaşımlar (Williamson,1985) bir firmanın kurulumunu ve rolünü daha ayrıntılı şekilde açıklamışlardır. Neo-kurumsal iktisat yaklaşımı ile birlikte kurumsal çerçeve ile çizilen ekonomik çevre tarafından koşullanmış olan organizasyon amaçlarının en üst sevide karşılanarak eşgüdüm halinde çalışması amaç edinilmiştir. Bu durum netice itibarı ile firmanın bilgi stoğunun gelişmi ve pazardaki rekabette avantajlı hale gelebilmesini de kapsamaktadır. Açıklamaya çalıştığımız noktalar firmaların yerleşme olasılığını engellemektedir ancak firmaların tüm pazarda kalıcı yer edinebilmeleri yaratıcılık faaliyetlerindeki etkinlikleri ile de karakterize edilebilmektedir. Bu sisteme göre farklı yaratıcı bireylerin uzamsal manada bir araya gelmesi pazardaki kümelenmenin de etkisi ile bireysel etkileşimi artırmaktadır. Bunun sonucunda da yeni fikirler, yenilikçi ürünler ve süreçler ortaya çıkmakta ve neticede firmaya rekabet avatjı sağlamaktadır (Desprochers, 2001).

Beşinci olarak ise çeşitlilikten doğan taşan bilgi veya orijinal ismi ile knowledge spillover son yıllarda kentsel araştırmaların odak noktası halini almıştır. Yaratıcılık ve fikir üretimi inovasyon ve büyümeden bağımsız değildirler ayrıca bu faktörlere ürünü talep eden müşterilerin bulunduğu pazarın eklenmesi bizlere yepyeni bir ufuk açacaktır. İnovasyon, bilgi, yaratıcılık, girişimcilik, sosyal refah ve büyümenin yer aldığı Şekil 3’de bu durum açıkça görülmektedir (Antonopoulos vd, 2009). Bilgi ve bunun sağladığı yaratıcılığının önemini son derece önem taşıyan faktörlerdir (Glaeser, 2004). Şehirlerin bir küme merkezi olarak insanların yaratıcılığını cesaretlendirip kişileri bir araya getirmedeki rolü son derece önemlidir. Bu küme merkezleri içerisinde yer alan eğitim kurumları, üretim üstleri ve pazarı oluşturan faktörlerle birlikte gerekli olan ekosistemi

oluşturmaktadır. Kümelenme merkezleri oluşturdukları habitat ile yaratıcılığı pozitif yönde etkilemektedir (Acs vd, 2004; Park vd., 1967; Jacobs, 1963). Yaratıcılık yeteneğine haiz olan bireylerin kümelenme alanları ve onların oluşturduğu Pazar üzerindeki etkileri incelendiğinde (Folarida, 2005) temel anlamda olayın bireysel yaratıcılık hususunda olduğunun altını çizmiştir. Yaratıcılık ve çeşitlilik aslında önemli bir enstrüman olan risk sermayesi ya da girişimci bölgesi gibi kritik girişimci kaynaklarından daha çok önem arz etmektedir (Acs vd, 2004). Bu durum genel olarak değerlendirildiğinde sosyal habitat olarak anılabilir. Girişimcilik ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Yaratıcılık ilk planda umulmadık, alışılmamış ve genel kalıpların dışında ve uygun (kişilerin kullanımına uygun, çeşitli faktörlerle sunulan görev kısıtlamaları karşısında katı olmayan, esnek olan) iş çıkarma yeteneği şeklinde tanımlamıştır (Sternberg ve Lubart, 1999). Diğer bir girişimcilik tanımına göre pazara dönük ya da girişimciliğe dönük yaratıcılık ve yeni kurulan, oluşturan işler genel itibarı ile orijinal ve kullanışlıdır. Yaratıcılık yaratıcı bireyler, yaratıcı çevrede çalışma ve nihayetinde yine yaratıcılık ile elde edilir (Acs vd, 2004; Cattell ve Butcher, 1968).

Şekil 3. İnsan Yaratıcılığının, İnovasyonun, Girişimciliğin ve Bu Olguların Sosyal Menfaatlerin Dairesel Açılımı



Kaynak: (Antonopoulos vd, 2009)

Şekil 3'te görüldüğü üzere bireysel yaratıcılığı pazarda bulunan insan ihtiyaçları ile şekillendiği, bilgi, inovasyon ve girişimcilik ile yoğrulduğu görülmektedir.

Altıncı olarak, Jacob'ın teorisine incelendiğinde, Desprochers'in oluşturduğu teorisinin ağırlıklı olarak insan yaratıcılığına bağlı olduğunu ve insan yaratıcılığının ana unsur olduğu ifade edilmektedir. Netice olarak yeni ele alınan işlerle eskiden yürütülen işlerin birleştirilmesi şeklinde olayı formül şeklinde ifade etmeye çalıştığı görülmektedir. (Antonopoulos vd, 2009).

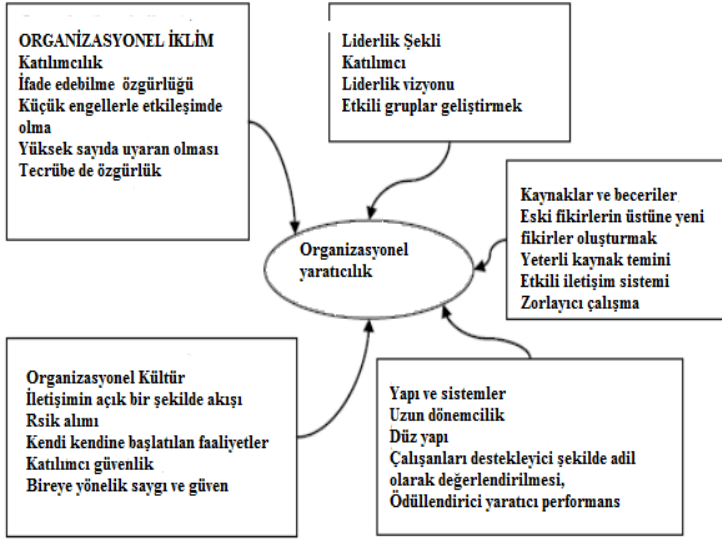
Kısaca olayı özetlemek için olayı ele aldığımızda, pazarda satılabilir yeni bir aygıta dönük fikir başarılı ticari pazarlanabilir bir ürünün üretimine dönük olarak uzun sürecin başlangıcı konumundadır. Yaratıcılık ve girişimciliğin temel doğası gereği girişimcilik gerektiren işin büyük kısmı yapılmayı beklerken bu noktada kümelenme alanlarının oluşturduğu merkez hublarda oluşan ekonomilerin çok daha başarılı oldukları gözlemlenmektedir. Küme yapılarının sağladığı avantaj ile birlikte kendisi daha sonra bireylerin aynı firmada veya bölgede çalışan diğer kişilerle iş birliği yaparak ya da farklı kuruluşlarda farklı nihai ürünler ve hizmetleri görerek, onlardan tecrübe edinerek nasıl uzmanlık edindiklerini örnekleri ile göz önüne sermektedir (Desprochers, 2001).

Bir diğer ana alanda organizasyonel yaratıcılıktaki süreçler incelendiğinde örgütsel bir ortamında yaratıcılığı daha üst seviyeye yükselten beş temel organizasyonel faktör karşımıza çıkmaktadır (Andriopoulos, 2001). Şekil 4 incelendiğinde organizasyonel yaratıcılığı etkileyen faktörler beş farklı başlık altında görülebilmektedir. Bu faktörler (Antonopoulos, 2009):

- a) Organizasyonel örgüt iklimi
- b) Liderlik ile ilgili tarz
- c) Organizasyonel olarak örgütün içindeki kültür

- d) Örgütsel veya organizasyonel yapının sahip olduğu kaynaklar ve temel beceriler
- e) Ele alınan organizasyonun yapısı ve bir organizasyonun sistematığı

Şekil 4. Organizasyonel Yaratıcılığı Etkileyen Faktörler



Kaynak: (Andriopoulos, 2001).

Şekil 4 incelendiğinde görüleceği üzere organizasyonel yaratıcılığı organizasyonel kültürden, ekosistemi oluşturan organizasyonel iklime, yapı ve sistemlerin durumundan kaynak ve becerilerin kullanılmasına kadar birbirleri ile etkileşen pek çok faktör etkilemektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Pazarlama süreçleri örgütlerin yapılarının sağlıklı bir şekilde devam edebilmeleri ve sürdürülebilir olmaları için ana etkindir. Ancak pazarlama süreçleri tek başına yürüyen süreçler değildir ve pek çok faktör pazarlama gayretlerini etkilemektedir. Artık dünya değişmektedir. Pazarlama faaliyetlerinin ve girişimci

pazarlamanın yaratıcılık ve mutlu tesadüf yöntemi ile birlikte ele alınarak pazarlama çabalarının daha ileri düzeyde nasıl geliştirilebileceği üzerine bu çalışma ve önceki yapılan çalışmalar ele alınarak daha ileri çalışmalarda yapılması önerilmektedir. Yaratıcılık her alanda olduğu gibi yaratıcı bireylerin oluşturduğu örgütsel yapılarda pazarda etkin olmanın yolu da bu çalışmalarda incelenmektedir. Pazarda etkin olmanın ve yer edinmenin temelinde müşteri taleplerine ve beklentilerine istenilen düzeyde ve istenilen dozlarda karşılık verilmesi ve beklentilerin karşılanması esas alınmalıdır. Yaratıcılık teknolojinin böylesine ilerlediği bir süreçte tesadüflerinde katkısı ile çok daha ileri düzeylere taşınmakta ve pazarda etkin bir şekilde yer edinmenin anahtarı konumuna gelmektedir.

KAYNAKÇA

- Acs, Z.J., Lee, S.Y. and Florida, R. (2004). Creativity and entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. *Regional Studies*, 38(8), 879–891.
- Andriopoulos, C. (2001). Determinants of organisational creativity: a literature review. *Management Decision*, 39(10), 834–840.
- Antonopoulos, C.N., Papadakis, V. G., Stylios, C.D., Efstathiou, M.P. and Groumpos, P.P. (2009). Mainstreaming innovation policy^[1] in less favoured regions *Science and Public Policy*, 36(7), August 2009, pages 513
- Argan, M. ve Togay Argan, M. (2006). İnternette Viral Pazarlama veya Ağızdan Ağıza Reklamcılık-Teorik Çerçeve , *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Anadolu Üniversitesi, cilt. 6(2), s. 231-250, Aralık.

- Bekoğlu, F. B. ve Ergen, A. (2016). Yeni ürün geliştirme ve lansman stratejileri. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 923-938.
- Carson, D. and Coviello, N. (1996). Qualitative research issues at the marketing/entrepreneurship interface. *Marketing Intelligence & Planning*, 14(6), 51–58.
- Cattell, R.B. and Butcher, J.H. (1968). *The Prediction of Achievement and Creativity*. Indianapolis, IN: Bobbs-Merill.
- Chesbrough, H.W. (2003). *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston MA: Harvard Business School Press.
- Collinson, E. M. and Shaw, E. (2001). Entrepreneurial marketing: A historical perspective on development and practice. *Management Decision*, 39(2), 761-767.
- Desprochers, P. (2001). Local diversity, human creativity and technological innovation. *Growth and Change*, 32, 369–372
- Eyre, R. (1999). *Spiritual Serendipity. Cultivating and Celebrating the Art of the Unexpected*. New York: Fireside.
- Fleming, L. (2004). Perfecting cross-pollination. *Harvard Business Review*, 82(9), 22–24.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *The Flight of the Creative Class: the New Global Competition for Talent*. New York: Harper Business.
- Glaeser, E.L. (2004). Richard Florida'nın Yaratıcı Sınıfın Yükselişi kitabının gözden geçirilmesi. *Bölgesel Bilim ve*

Kent Ekonomisi, 35, 593-596.

Glotova, T., Kakko, I. and Marjomaa, R. (2005). New approach to innovative milieus: how to create competence by co-discovering tacit knowledge. eBRF Conference, 26–28 September 2005, Tampere, Finland.

Hackley, C. E. and Mumby-Croft, R. (1998). Marketing entrepreneurs as creative agents in a social matrix - Towards a theoretical framework for marketing entrepreneurship. Hulbert, B. Day, J. and Shaw, E. (Ed.). Proceedings of the Academy of Marketing/UIC/AMA Symposia on the Marketing and Entrepreneurship Interface:1996-1998, s.505-513. Northampton: Nene University College.

Inkinen, S. (2008). Innovation and ‘innoflation’. Some hot trends in design and technology world: hybrid media, social media, information design... In Finnish Design Yearbook ‘08–09, pp 12–21. Helsinki: Design Forum Finland.

Jacobs, J. (1963). The Death and Life of Great American Cities. New York: Random House.

Jones, R. and Rowley, J. (2011). Entrepreneurial marketing in small businesses: A conceptual exploration. International Small Business Journal, 29(1), 25–36.

Kakko, I. and Inkinen, S. (2009). Science and Public Policy, 36(7), pp 539-546

Kakko, I. and Sam, I. (2004). Network Oasis. Challenges of regional development: how to attract the ‘creative class’. Proceedings of XXI IASP World Conference on Science and Technology Parks, held September 2004 at Bergamo, Italy, pp 187–195. Malaga, Spain: IASP

- Kakko, I., Lavikainen, M. and Glotova, T. (2006). Net- Work Oasis: New practices for emergent collaborative working environments. In Network-centric Collaboration and Support- ing Frameworks, Luis M Camarinha-Matos, Hamideh Afsarmanesh and Martin Ollus (eds.), pp 338. New York: Springer.
- Kılıç, S. (2016). İnovasyon ve İnovasyon Yönetimi. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kılıç, S. (2016). Yeni Ürün Geliştirmede İnovasyon (Yeni Ürün İnovasyonu). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kırım, A. (2007). Farklılaşmanın En Etkin Yolu Deneyim İnnovasyonu. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Kilpi, E. (2006). The power of peer production. Nokia People 7/2006 (vol. 88), 20–21.
- Knight, F.H. (1921). Risk, Uncertainty and Profit. Boston, MA: Houghton Mifflin
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2012). Marketing Management. New Jersey: Pearson Education
- Lash, S. and Urry, J.(1994). Economies of Signs and Space. London: Sage.
- Marušić, T. (2019). Importance of marketing mix in successful positioning of products and services on the market. Ekonomska Misao i Praksa, 28(1), 431-446.
- Mumford, M.D. and Gustafson, S.,B. (1988). Creativity syndrome: In- tegration, application, and innovation. Psychological Bulletin, 103(1), 27–43.
- North, D. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge, UK: Cambridge University Press

- Park, R.E., Burgess, W.E. and McKenzie, R.D. (1967). *The City*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Roberts, R.M. (1989). *Serendipity. Accidental Discoveries in Science*. New York: Wiley.
- Sternberg, R.J. ve Lubart, T.I. (1999). The concept of creativity: prospects and paradigms 3. In *Handbook of Creativity* (s.3-15) , R J Sternberg (ed.). New York: Cambridge University Press.
- Trott, P. (2008). *Innovation Management & New Product Development* (4th ed.). London: Financial Times Pearson Education Limited.
- Ungerman, O., Dekova, J. ve Gurinova, K. (2018). The Impact of Marketing Innovation the Competitiveness of Enterprises in the Context of Industry 4.0. *Journal of Competitiveness*, 10(2), 132-148.
- Uzkurt, C. ve Şen, R. (2012). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Yeniliğin Pazarlama Yeniliğine Etkisi: Gazlı İçecek Sektöründe Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 27-50.
- Williamson, O. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York: The Free Press
- Yılmaz, Y.E. (2016). *Pazarlamada Süreç, İnovasyon Stratejileri ve Firma Performansı İlişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ÇEŞİTLERİ VE SINIRLARI BAKIMINDAN YEREL YÖNETİMLERDE MALİ DENETİM

Semra ALTINGÖZ ZARPLI¹

1. GİRİŞ

Son yıllarda finansal ve yönetsel sorunların kamuoyu ile paylaşılması büyük önem arz etmektedir. Kamu yöneticilerinin denetimler sonucundaki tavsiyeleri ne ölçüde benimseyip dikkate aldıkları ve vatandaşların hesap verebilirlik konusundaki talepleri gün geçtikçe ön plana çıkmaktadır. Hükümetlerin operasyonel ve mali denetim zayıflıkları sorunu, yıllardır birçok yerel yönetimi rahatsız etmektedir. 1970'lerin ortalarında büyükşehir yönetimlerinde yaşanan ve kamuoyunda büyük yankı uyandıran mali sorunlar, hesap verebilirlik konusuna geniş çapta dikkat çekilmesine neden olmuştur. Son yıllarda yaşanan mali sorunlar, vatandaşları yönetimler üzerinde, kamuya ait kuruluşlar ve seçilmiş yetkililer üzerinde hesap verebilirlik konusunda yoğun bir baskı oluşturmaya teşvik etmiştir (Kwamena Aikins, 2012,s.195). Özellikle yerel yönetimler vatandaşlara en yakın yönetim birimi olma özelliğinden kaynaklı olarak denetim konusunda ön plana çıkmaktadırlar. Yerel yönetimlerin denetimlerini hesap verme mekanizmasıyla gerçekleştirmek için yasal dayanaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Politikacılara emanet edilen yetkinin rant peşinde koşarak ve yolsuzluk yoluyla kötüye kullanılması birçok modern demokrasi için bir tehdittir. Yolsuzluğun ekonomik kalkınma üzerindeki yaygın etkileri iyi bir şekilde belgelenmiş

¹ Dr.Öğr.Üyesi. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, semra.altingoz@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4597-0193.

olsa da, temel nedenleri tam olarak anlaşılamamıştır (Ferraz ve Finan, 2010: 1).

Seçim sistemlerindeki farklılıkların, ülkeler arasındaki yolsuzluk uygulamalarındaki farklılıkların önemli bir kısmını açıkladığına inanılmaktadır. Seçmenler yolsuzluğa bulaşmış siyasetçileri görevlerinden alabildiğinden, siyasi hesap verebilirliği artıran seçim kuralları yolsuzluğa bulaşmış kişilerin davranışlarını kısıtlayıcı nitelikte olmalıdır. Siyasi kurumların yolsuzluğu neden etkilediğine dair ikna edici teorik argümanlar olsa da, siyasetçilerin davranışlarını disipline eden belirli seçim yapılarını tanımlayan ampirik kanıtlar iki önemli eksiklikten bahsetmektedir. Birincisi, bu çalışmaların çoğu gerçek siyasi yolsuzluktan ziyade algıları ölçen endekslere dayanmaktadır. İkincisi, birçoğu öncelikle ülkeler arası analize dayanmaktadır ve yolsuzluğu belirleyen kurumsal düzenlemelerin tamamının hesaba katılamaması sonuçların yorumlanmasını zorlaştırmaktadır (Ferraz ve Finan, 2010: 1).

Yerel yönetim birimleri, bir dizi kamu hizmetini sunabilmeleri için eyalet ve federal hükümetlerin yanı sıra kendi toplum bileşenleri de dahil olmak üzere bir dizi finansman kaynağına ihtiyaç duymaktadır. Bu finansman kaynakları üzerindeki kısıtlamalar göz önüne alındığında, yerel yönetim birimleri iyi yönetim sağlayabilecek bir dizi strateji ve politikaya sahip olmaları ve mali hesap verme yükümlülüklerini uygun bir şekilde yerine getirmeleri gerekmektedir (Jones ve Beattie, 2015: 59). Çeşitli ülkelerde kamu kurumları ile ilgili yönetim kavramına odaklanılmaktadır. Bunlardan birisi de Avustralya hükümetidir, güvenceyi artırmanın ve kamu kurumlarının yeterli gözetimini göstermenin bir yolu olarak kurumsal yönetime odaklanmayı amaç edinmiştir (Bowrey, 2008). Kamu sektörü reformları mali hesap verebilirliğe yönelik mali ve bütçesel önlemler üzerine odaklanırken, hem programların hem de kişilerin performansı ölçülmektedir.

Hesap verebilirlik, özellikle yerel konseylerin kamu parasını yönetme sorumluluğu ve görevine sahip olması nedeniyle, iyi yönetim ve uygulamanın temel bir bileşeni olarak görülmektedir. Kurumsal yönetişimde olduğu gibi, hesap verebilirlik de çeşitli anlayışlara sahip geniş bir kavramdır. Hesap verebilir olmak için bir tarafın diğer tarafa olaylarla ilgili açıklama yapma ve davranışlarını gerekçelendirme yükümlülüğüne sahip olmasının temel bir gereklilik olduğu konusunda ortak bir fikir birliği vardır. (Bovens, 2007a: 447). Barton (2005) gerçek hesap verebilirliğin açıklık ve şeffaflık gerektirdiğini, rapor vermeniz gereken birinin olduğunu ve uygunsuz eylemlerin sonuçlarının olduğunu savunmaktadır. Hesap verebilirliğin, şeffaflığın ve açıklığın tamamlayıcısı da denetim olarak karşımıza çıkmaktadır.

Geçmişten günümüze yerel yönetimlerin denetim anlayışında değişiklikler olmuştur. Yerel yönetimlerde denetim anlayışı 19. Yüzyılda kendisini göstermektedir. Dönemin denetim anlayışı yalnızca mali denetim üzerine eğilirken günümüz denetim anlayışı ise kapsamını daha da genişletmiştir. Performans yönetimi, stratejik planlama ve risk yönetimini içeren bir mali denetim anlayışına geçilmiştir (Aldemir ve Şen, 2018: 222). Yerel yönetimlerin denetimi konusu 1876 Kanun-i Esasiden günümüze kanuni değişikliklerle güçlenerek gelmiştir. 5018 sayılı KMYKK merkezi yönetim dahilindeki kamu idareleri, sosyal güvenlik kurumları ve mahalli idarelerin oluşturduğu genel yönetim bünyesindeki kamu idarelerinin mali denetim kısmını düzenlemekte ve günümüz koşullarına uygun hale getirmeye çalışmaktadır. Bu kanun kamu idarelerinin iç denetim konusuna eğilmektedir. Kamu idarelerinin hizmetlerinin kalitelerini artırmaya yönelik mevcut kaynakların ekonomiklik, etkililik ve verimlilik ilkeleri dahilinde gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğinin tespiti sağlamak amacıyla başvurulmaktadır.

Merkez ve yerel güç arasındaki ilişkinin dışlayıcı olmayan bir bakış açısıyla ele alınması, yerel yönetimler için güçlü bir rolün güçlü ulusal politikalarla nasıl bir arada yürütülebileceğinin çözümlenmesine yardımcı olacaktır. Dış denetimin mümkün olan en yüksek derecede gerçekleştirilmesi, güçlü yerel yönetim yapısı ile örtüşmeyecektir. Ancak daha ılımlı bir denetimle "kamulaştırılmış" bir yerel yönetim altyapısı olarak adlandırılabilir şey, hem yerel yönetimleri politikaları uygulamak için güçlendirebilir hem de merkezi yönetimlere yerel yönetimlerin hizmetlerinde eşitlikçi amaçları sağlayacak zemini hazırlayabilir. Yerel yönetimler belirledikleri politikalarını uygulayabilmeleri için idari ve mali desteğe ihtiyaç duymaktadır. Merkezi yönetimler özellikle mali desteğin kontrolü için yasal yetkileri, idari denetimi ve mali teşvikleri kullanmaya çalışmaktadırlar (Sellers ve Lidström, 2007: 611).

Yerel yönetimlerle mali ilişkilere dair göstergeler, hiyerarşik denetim ve yerel yetkilerin boyutlarını ölçmektedir. Merkezi yönetimin yerel yönetimlere gerçekleştirdikleri gelir aktarımı yerel yönetimler üzerinde denetim imkanı sağlamaktadır. Borçlanma yerel yönetimlere merkezin gelir aktarımının ötesinde finansman sağlayabilse de, hiyerarşik onay gereklilikleri ya da yerel yönetimlerin borçlanmasına yönelik diğer koşullar bir başka mali denetim mekanizması sağlamaktadır. Yerel yönetimler gelirlerinin büyük bir kısmını vergiler yoluyla elde ettiklerinde bile (Sellers ve Lidström, 2007: 619), merkezi yönetimler yerel vergilendirme koşulları üzerinde denetim sahibi olabilmektedirler. Bu durum kaçınılmaz bir şekilde yasal mevzuatla gerçekleştirilmelidir. Ülkeler genellikle yerel yönetimler üzerinde denetim yetkisini kullanmak için çeşitli denetim kombinasyonlarına başvurumaktadırlar. Belçika, Yunanistan, Avusturya ve İspanya hem siyasi-idari hem de mali denetimde üst sıralarda yer almaktadır. Kanada, Avustralya ve Amerika Birleşik Devletler'i

ise her ikisinde de nispeten düşük sıralarda yer almaktadır (Sellers ve Lidström, 2007: 621).

Günümüzde merkezi yönetimin sahip olduğu görev ve yetkilerin bir kısmının yerel yönetimlere devredilmesi, kamu kuruluşlarının denetim sistemlerinin yeniden revize edilmesi gerekliliğini gündeme getirmiştir. Kamu kuruluşlarında denetimin iç ve dış denetim yapısına dönüştürülmesi gerekliliği, kamu yöneticilerinin görevlerini mevzuata uygun olarak gerçekleştirmesi, stratejik planlar dahilinde hizmetlerin sunulması önemli konular haline gelmiştir (Karcı, 2008: 53).

Bu süreç denetim konusunu kaçınılmaz bir hale getirmiştir. Çalışmada Türkiye’de yerel yönetimlerde denetim türleri ele alınarak özellikle yerel yönetimlerin dış denetimlerinden olan Sayıştay denetiminin sonucunda hangi aşamalarda olduğunu ve diğer kamu idareleri ile denetim sonuçları karşılaştırılmaya çalışılmaktadır.

2. DENETİM VE DENETİM TÜRLERİ

Denetimin tarihi çok eskilere dayanmaktadır. İnsanların toplu halde yaşamaya başlamasıyla birlikte sıklıkla kullanılmaya başlayan bir kavram olmuştur. Denetim, bir kurumun tüm faaliyet ve işlemlerinin başlangıçta belirlenmiş amaç ve kurallar çerçevesinde gerçekleşme durumunun incelenmesini ifade etmektedir. Bu denetim süreci sonunda elde edilen bulgular ile raporlar yazılmaktadır ve paylaşılmaktadır (Bozkurt, 2013: 57).

5393 sayılı Belediye Kanunu’na göre belediyelerde iç ve dış denetim gerçekleştirilmektedir. Bu denetimler iş ve tüm işlemlerin hukuka uygunluğunun tespiti, mali denetim ve performans denetimini kapsamaktadır. Belediyenin mali işlemleri kapsamı dışında kalan idari işlemleri, hukuka uygunluk ilkesi ve idarenin bütünlüğü açısından İçişleri Bakanlığı’nca

denetime tabi tutulmaktadır (5393 BK, m.55). Gerek iç denetim gerekse dış denetim 5018 sayılı kanun kapsamında değerlendirilmektedir. Bununla bağlantılı olarak da Sayıştay Kanunun 36.maddesi de düzenlilik ve performans denetimini gerçekleştirmektedir.

2.1.İç Denetim

İç denetim, kurumun amaç ve hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmak ve yönetsel ve finansal riskleri azaltmak için kamu otoriteleri tarafından tasarlanan ve uygulanan önlemleri ifade etmektedir. İç denetimin önemi, yalnızca denetim sürecinin gerçekleşmiş olması değil aynı zamanda denetim süreci sonunda iç denetimin yeterliliğini ve etkinliğini geliştirmeye yönelik tavsiyelerin benimsenmesi gerekliliğidir (Kwamena Aikins, 2012: 196).

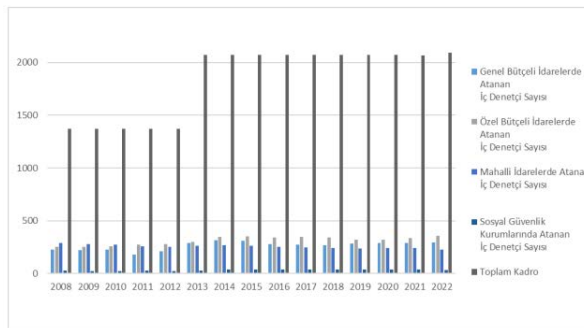
İç denetim, kuruluşlardaki iç kontrollerin etkinliğini izlemek ve geliştirmek için bir araç olarak kullanılır. İç denetçilerin temel kaygısı, risk alanlarını belirlemek ve bu riskleri kontrol etme ve en aza indirme yöntemlerini belirlemektir. Sağlam ve güvenilir iç denetim, bağımsız bir iç denetim komitesi aracılığıyla yerel konseylerin yönetim ve hesap verebilirlik gereksinimlerine (DLG, 2008) katkıda bulunacak güçlü bir mekanizma sağlamaktadır. İç denetimin taşınması gereken nitelikleri bulunmaktadır. Bu nitelikler hesap verebilirlik ve yönetim kavramlarını işaret etmektedir. Ayrıca, iç denetim fonksiyonunun hem gerçekte hem de algıda bağımsız olması gerekmektedir. Bunu başarmanın birincil yolu bir iç denetim komitesi kurmaktır (Jones ve Beattie, 2015: 64). Çeşitli ülke uygulamalarında iç denetim komitelerinde bağımsız üyeler çoğunluktadır ve bağımsız bir başkandan oluşmaktadır. Bu komiteler iç denetim kavramının içini doldurarak ve sürekliliği sağlayarak etkin bir iç denetim sürecine sahip olmayı sağlayabilmektedir.

Yerel yönetimlerde iç denetim, hiyerarşik sıralamada üst konumda olanlar, kanunları kapsamında belirtilmiş olan yerel yönetimlerin organları, teftiş kurulları ve iç denetim birimleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Konca, 2010: 87). Hiyerarşik denetim, hukuki bir dayanağa gerek olmadan yönetme fonksiyonunun içerisinde varlık gösteren, kuruluşun görev tanımlamasında belirlenmiş olan üstün, ast konumundakini denetim yetkisidir (Gözübüyük, 2005: 366).

İç denetim sistemlerinin ön plana çıkmasında yeni kamu işletmeciliği yaklaşımının etkisi yadsınamaz. Yeni kamu işletmeciliğinin amacı kamu yönetimine işletmecilik değerlerini kazandırmak olarak ifade edilebilir. Kamu yönetiminin esas aldığı mali ve hiyerarşik denetime dayalı geleneksel ilişkilerin sürdürülmesini uygun görmemektedir. Bunun yerine hizmet veren iç ve dış yüklenici firma ile hizmeti satın almak isteyen kamu kuruluşu arasında sözleşme esaslı bir bağ kurma amaçlanmaktadır. Yaklaşım kamu yönetimine hakim olan esasları özel ekonominin esasları çerçevesine dönüştürmektir. Etkin ve verimli hizmet sunma amacına sahip piyasa mekanizması ile işleyen kuruluşların kamu kurumlarına kıyasla daha başarılı oldukları söylenebilmektedir. Yeni kamu işletmeciliği, etkin ve verimli hizmet sunma özelliğinin piyasa mekanizması ile işleyen kurumların tekelinden çıkartarak kamu kurumlarına genişletme amacını taşımaktadır (Karcı, 2008: 47). Türkiye’de yeni kamu işletmeciliği yaklaşımıyla başlayan süreç iç denetim konusunun mevcut mevzuat üzerinde çeşitli düzenlemelerle yeniden ele alınmasını sağlamıştır. 5018 sayılı KMYKK’nın 63.maddesine göre iç denetim iç denetçiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Kamu idarelerinin mevcut personel sayıları esas alınarak, İç Denetim Koordinasyon Kurulu’nun (İDKK) ortak görüşü sonrası, doğrudan üst yöneticiye bağlı olarak iç denetim birimleri başkanlıkları oluşturulabilir. İç Denetim Koordinasyon Kurulu Hazine ve

Maliye Bakanlığına bağlı ve toplamda yedi üyeden oluşmaktadır. Bu kurul 5018 sayılı Kanun'un 66. Maddesi gereğinde oluşturulmuştur ve Türkiye'de kamunun iç denetim faaliyetlerinin tümünden İDKK yetkili kılınmıştır. İç denetim ve iç kontrol kavramları zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılsa da, iç kontrol, idarenin belirlenen amaçlarına, politikalara ve mevcut mevzuatla uyumlu şekilde faaliyetlerin etkili, ekonomik ve verimli bir anlayışla gerçekleştirilmesini, varlıkların ve kaynakların muhafazasını, muhasebe kayıtlarının gerçeği yansıtmasını, mali bilgi ve yönetim bilgisinin uygun zamanda ve güvenilir olarak üretilmesini sağlamak amacıyla idare tarafından oluşturulan organizasyon, yöntem ve süreçle iç denetimi kapsayan mali ve diğer kontroller bütünüdür ifade etmektedir. Mali yönetim ve kontrol aşamalarına dair düzenlemeler ve yöntemler Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından belirlenmektedir. İç denetime dair düzenleme ve yöntemler ise İDKK tarafından belirlenmektedir (5018 m. 55). Ayrıca iç denetimin danışmanlık ve güvence verme özelliği onu diğer denetim faaliyetlerinden ayıran en önemli özelliğidir. Güvence verme hizmeti, iç denetçinin bir durumla ilgili bağımsız bir şekilde fikir sunabilmesi için mevcut verileri objektif olarak değerlendirmesini ifade etmektedir (Gönülaçar, 2007: 8).

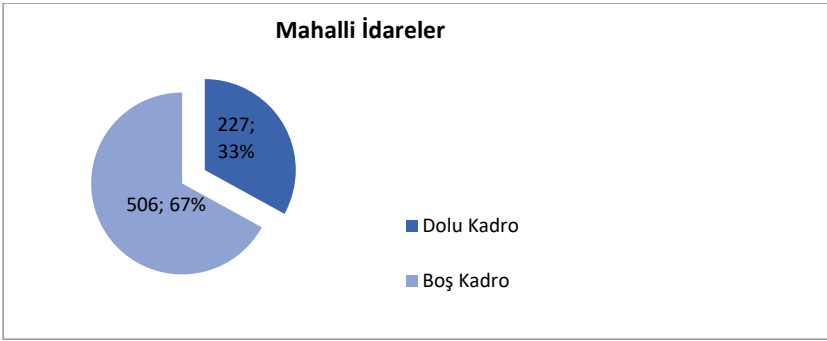
Şekil 1. 2008-2022 Kamu İdarelerinde İç Denetçi Sayıları ve Kadro Doluluk Oranı



Kaynak: 2022 Yılı Kamu İç Denetim Genel Raporu

Şekil 1’de 2022 yılı itibariyle 5018 sayılı KMYKK’ ya tabi kamu idarelerinde toplamda 913 iç denetçi görev yapmaktadır. 36 iç denetçi genel bütçeli idarelerde, 147’si özel bütçeli idarelerde, 2’si sosyal güvenlik kurumunda ve 200’ü de mahalli idarelerde olmak üzere totalde 385 iç denetçi kadrosu yer almaktadır. Toplamda 913 iç denetçi hizmet gerçekleştirmektedir.

Şekil 2. Mahalli İdarelerin İç Denetçi Kadro Sayıları ve Doluluk Oranı



Kaynak: 2022 Yılı Kamu İç Denetim Genel Raporu

2022 yıl sonu rakamlarına göre 385 kamu idaresine 2.091 iç denetçi kadrosu tahsis edilmiştir. Bu tahsis işlemine rağmen 2022 yılı sonunda 255 kamu idaresinde toplamda 913 iç denetçi hizmet vermektedir. Günümüzde mahalli idarelerde iç denetçilerin fiiliyata geçirdikleri denetim ve danışmanlık faaliyetleri ele alındığında; 2020 yılında başlayan pandemi sürecinin olumsuz etkilerinin azalmaya başlamasıyla 2022 yılında kamu idarelerinin genelinde oluşturulan denetim ve danışmanlık raporlarında önceki yıla kıyasla %20'lere dayanan bir artış görülmektedir. Oluşturulan raporlar iç denetim birimleri bütçe türlerine göre incelendiğinde ise, artışın özellikle mahalli idareler ve üniversitelerde bulunan iç denetim birimleri tarafından üretilen rapor sayılarının önceki yıla oranla %30'luk artıştan kaynaklı olduğu düşünülmektedir (İç Denetim Genel Raporu, 2022: 50).

Türkiye’de iç denetçiler ile ilgili çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. İç denetçilere görevleri haricinde başka görevler verilememektedir. İç denetçilerin hazırladıkları raporların bir nüshası İDKK’ya gönderilmekte ve iç denetçi ile üst yönetici arasındaki ortaya çıkabilecek sorunların İDKK tarafından çözümlenmesi için çalışmalar yapılmıştır. Fakat iç denetçilerin atanma ve görevden alınma süreçleri bağımsızlıklarını sağlama konusunda sıkıntılıdır. İç denetçiler, bakanlıklar ve bağlı idarelerde üst yöneticilerin teklifi üzerine Bakan, diğer idarelerde üst yöneticiler vasıtasıyla atanmaktadır (5018 m. 65). Yani mahalli idarelerde iç denetçiler belediye başkanı tarafından göreve getirilerek görevden alınabilirler. Bu durum iç denetçileri atayacak siyasi kimliğe sahip kişilerin yetkileri hakkında şüpheye düşürmektedir (Kartalci, 2007: 258-259-260).

2.2.Dış Denetim

Denetim kavramı hesap verebilirlik kavramıyla bağ içerisindedir. Hesap verebilirlik terimi çeşitli şekillerde tanımlanabilir. Geleneksel tanımına yer verecek olursak, davranışlar için nedenler sunmayı ve talep etmeyi içermekte (Roberts ve Scapens, 1985: 447) ve bireylerin eylemlerini veya eylemde bulunmamalarının nedenlerini açıklamalarını (hesabını vermelerini) ve sorumluluk almalarını gerektirmektedir (Parker ve Gould, 1999). Bağımsız bilgi sağlama vurgusuyla dış denetim, hesap verebilirliği artırma potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, vekalet teorisi dış denetim ve hesap verebilirlik arasındaki ilişkiyi açıklamada yaygın olarak kullanılmıştır (Laughlin, 1996; Payne ve Jensen, 2002). Vekalet teorisi, asil ve vekil arasında gerçekleştirilen sözleşmelere bağlı olarak ortaya çıkan ilişkilerin esas olarak tarafların hak ve yükümlülüklerinin zarar uğraması neticesinde meydana gelen sorunları ve bu bağın ortaya çıkardığı maliyetleri incelemektedir (Çelik ve Bedük, 2013: 44). Denetim ve hesap verebilirlik arasındaki bağ ile ilişkili olarak vekalet teorisi işbirliği ve yardımlaşmanın

neticesinde tarafların mevcut durumlarını, birbirlerini denetlemelerini ve bilgi akışı gibi konuları temel alan bir teoridir (Aren, 2004: 184).

Çeşitli çalışmalar, kamu sektöründe denetim ve hesap verebilirlik arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelemiştir. Roberts ve Pollitt (1994), İngiliz Ulusal Denetim Ofisi üzerine yaptıkları çalışmada, denetim raporlarının, kamu kuruluşlarının yönetiminde aktif olarak yer almayan politikacılara ve diğer yetkililere hesap verebilirlik işlevlerini yerine getirmelerinde yardımcı olabileceğini ortaya koymuşlardır. Ayrıca, denetim raporları aracılığıyla politikacıların ve diğer yetkililerin yöneticileri sorumlu tutabileceğini ve aralarındaki bilgi açığını azaltabileceğini ileri sürdüler. Benzer şekilde denetim ve özellikle, performans denetimi, kamu kurumları ile vatandaşlar arasındaki hesap verebilirlik ilişkisini güçlendirme potansiyeline sahiptir. Bu konuyla alakalı çalışmalar dış denetimin kamu kuruluşlarında hesap verebilirliği artırmaya yönelik katkısını ortaya koymuştur (Mzenzi ve Gaspar, 2015: 683). Everett (2003) çalışmasında dış denetim ve hesap verebilirlik arasındaki ilişkinin çok karmaşık olduğunu ortaya ileri süren çalışmalar olmuştur. Bu kısmen denetim tarafından üretilen bilgi türünün politikacılar gibi kamu kurumunun teknik bilgisine tam sahip olamayan kişilerin anlayamayacağı kadar uzmanlaşmış olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca kamu sektöründe denetimin ekonomi, etkinlik ve verimlilik kriterleri aracılığıyla girdi ve çıktı arasındaki ilişkiye büyük önem verdiği ileri sürülmektedir.

Diğer çalışmalar, kamu sektöründeki dış denetimin, bunların uygunluğu konusunda güvence sağlamak yerine, yalnızca hükümet politikalarını meşrulaştırmak için kullanıldığını ortaya koymuştur. Bu durum temel olarak, dış denetçinin politika geliştirme sürecine dahil olması, net değerlendirme kriterlerinin olmaması ve böyle bir denetim

odağının siyasi hassasiyeti gibi bir dizi faktöre bağlanmaktadır (Broadbent ve Laughlin, 2003). Daha da önemlisi, bir dış denetimin hesap verebilirliğe katkıda bulunabilmesi için, diğer hususların yanı sıra, denetim tavsiyelerinin etkili bir şekilde uygulanması gerekir. Çalışmalar denetlenen kurumun ilgisi, denetim tavsiyelerinin açıklığı ve üst düzey yetkililerin bunları uygulamaya istekli olması gibi faktörlere de bağlı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle dış denetimin hesap verebilirliği artırma potansiyeline sahip olduğu ileri sürülebilir. Ancak bu, üretilen bilginin niteliğine ve denetlenenin denetim tavsiyelerinden ne ölçüde yararlandığına bağlıdır (Mzenzi ve Gaspar, 2015. 683).

2.2.1. Sayıştay Denetimi

1982 Anayasası'nın 160. maddesine göre Sayıştay, mahalli idarelerin tüm hesap ve işlemlerinin denetimini ve kesin hükme bağlanması işlevi ile yetkilendirilmiştir. Sayıştay bu işlevleri hem mali denetim organı sıfatıyla hem de yönetsel bir yargı kuruluşu sıfatıyla gerçekleştirmektedir. Fakat bu denetim merkezi olma durumunu yönetimi temsilen değil, parlamentoyu temsilen yapmaktadır. Bu sebeple de idari vesayet denetimi kapsamına dahil olamamaktadır (Karabeyli, 1999,aktaran Doğan, 2004: 36). Sayıştay yerindelik denetimine yer vermemektedir. İdarenin takdir yetkisine engel olacak ve bu yetkiyi sonlandıracak karar alamaz. Denetim faaliyetini tarafsız olarak yürüten Sayıştay'a denetim görevinin plan aşamasından yürütme aşamasına kadar herhangi bir yönlendirme yapılamaz. Denetçiler güncel denetim yöntemlerine başvurarak stratejik planlara, denetim programlarına uygun hareket etmektedirler. Sayıştay'ın gerçekleştireceği düzenlilik denetimi, kamu idarelerinin gelir, gider ve mevcut mallarıyla ilgili mali kapsamdaki tüm hesap ve işlemlerinin kanunlara ve hukuki düzenlemelere uygunluk tespiti şeklinde yapılmaktadır. Sayıştay gerçekleştirdiği denetimler sonucunda iş ve işlemlerin mevzuata

uygunluğu konusunda herhangi engel ile karşılaşmazsa görüş ve öneriden oluşan yerindelik denetimi kapsamına girebilecek denetim raporu düzenleyemez. Denetim raporlarında, denetlenen kamu idaresi gibi yönetimi üstlenerek bir iş ve işlemin yapılması gerektiğini ya da politika önererek uygulanma zorunluluğu meydana getirecek bir rapor düzenlenemez (6085 Sayıştay Kanunu, m.35).

5393 Belediye Kanununda belediyelerin denetim kapsamının iç ve dış denetimden oluştuğu ifade edilmektedir. Bu denetim iş ve işlemlerin hukuka uygunluğunun tespiti ve mali ve performans denetimden oluşmaktadır. Kamu mali yönetiminde çatı görevi üstlenen 5018 sayılı KMYKK denetim konusunda da düzenleyici olmaktadır. Belediyelerde iç ve dış denetim bu kanun kapsamında yapılmaktadır. Sayıştay'ın yanında belediyenin mali işlemler haricindeki diğer idari işlemleri, hukuka uygunluk ve idarenin bütünlüğü kapsamında İçişleri Bakanlığı'nca denetime tabi tutulmaktadır. Ayrıca belediyelere bağlı kuruluşlar ve işletmeler belediyelerin tabi olduğu esaslara göre denetlenmektedir. Yapılan denetim sonuçları kamuoyu ile paylaşılır ve meclise sunulmaktadır (5393 BK, m.55).

Tablo 1. Kamu İdarelerinin Türlerine Göre Bütçe/Bilanço Büyüklüğü İtibarıyla Denetlenme Oranları

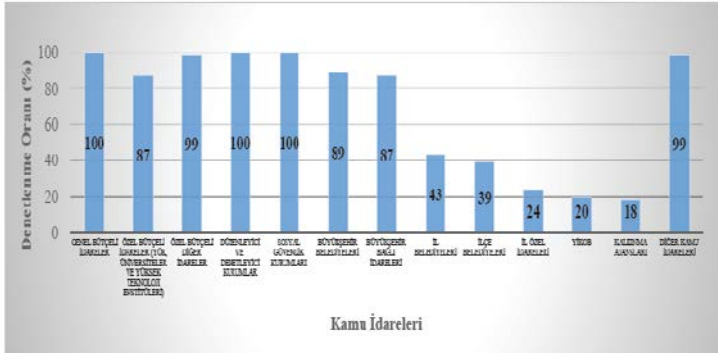
Kamu İdare Türleri	Denetlenme Oranları
Büyükşehir Belediyeleri	%89.86
Büyükşehir bağlı idareleri	%87.27
İl Belediyeleri	%43.48
İlçe Belediyeleri	%39.09
İl Özel İdareleri	%24.95

Kaynak: 2022 Yılı Dış Denetim Genel Değerlendirme Raporu

2022 yılında gerçekleştirilen denetimler neticesinde, büyükşehir belediyesinin denetlenme oranı %89.86'dır. İl belediyelerinin denetlenme oranı büyükşehir belediyelerinin

denetlenme oranının yaklaşık yarısıdır. Tablo 1'e göre il özel idareleri mahalli idareler içerisinde en düşük denetlenme oranına sahiptir.

Şekil 3. Bütçe/Bilanço Büyüklükleri İtibarıyla Denetlenme Oranları



Kaynak: 2022 Yılı Dış Denetim Genel Değerlendirme Raporu

Şekil 3'te genel yönetim kapsamında bulunan idarelerin denetlenme oranlarını karşılaştırmaya yardımcı olmaktadır. Genel bütçeli idareler %100 denetlenme oranına sahipken, büyükşehir belediyelerinde bu oran daha geridedir. İl özel idareleri, il belediyeleri ve ilçe belediyelerinde ise oranlar denetimin amaçlarına yeterinde ulaşamadığını göstermektedir.

Tablo 2. Hata ve Bütçe Türü İtibarıyla Bulgu Sayıları

Bütçe Türü	Mali Rapor ve Tabloları Etkileyen Hataları İçeren Bulgular	Mevzuata Uygunluğa İlişkin Hataları İçeren Bulgular	Mali Yönetim ve İç Kontrol Sistemine İlişkin Hataları İçeren Bulgular	TOPLAM
Genel Bütçeli İdareler	185	230	17	432
Özel Bütçeli İdareler	324	581	57	962
Özel Bütçeli	109	163	21	293

Diğer İdareler				
Düzenleyici ve Denetleyici Kurumlar	13	11	3	27
Mahalli İdareler	1.375	3.728	85	5.188
Sosyal Güvenlik Kurumları	26	32	2	60
Döner Sermaye İşletmeleri	81	194	13	288
Diğer İdareler	134	438	14	586
TOPLAM	2.247	5.377	212	7.836

Kaynak: 2022 Yılı Dış Denetim Genel Değerlendirme Raporu

Tablo 2'ye göre Sayıştay'ın denetimleri neticesinde toplam 2.247 adet mali rapor ve tabloları etkileyen hata tespit edilmiştir. Bu hataları içeren bulgular en fazla mahalli idarelerde karşımıza çıkmaktadır. Bunun beraberinde mevzuata uygunluğa ilişkin hataları içeren bulgularda da mahalli idareler oldukça yüksek bir orana sahiptir. Mali yönetim ve iç kontrol sistemine ilişkin hataları içeren toplam 212 adet bulgunun 85 adedi mahalli idarelerde tespit edilmiştir.

Tablo 3. 5018 sayılı Kanuna Tabî Olan Kamu İdarelerinin İç Kontrol Sistemi Ortalama Puanları

Bütçe Türü	Ortalama Puan	Kurum Sayısı
Genel Bütçeli Kurumlar	85	39
Sosyal Güvenlik Kurumları	95	2
Özel Bütçeli İdareler ve B-Özel Bütçeli Diğer İdareler	81	42
Özel Bütçeli İdareler		
A-Yükseköğretim Kurulu, Üniversiteler ve Yüksek Teknoloji Enstitüleri	79	106
Mahalli İdareler	68	200
Toplam		389

Kaynak: 2022 Yılı Dış Denetim Genel Değerlendirme Raporu

Tablo 3'te 5018 sayılı kanun çerçevesinde kamu idarelerinin iç kontrol sistemi ortalama puanları yer almaktadır. Puanlar 100 puan üzerinden iç kontrol değerlendirme prosedürleri kapsamında değerlendirilmeye tabi tutulmaktadır. Puanlamada mahalli idareler ortalama 68 puana sahip olmuşlardır. Sayıştay tarafından gerçekleştirilen denetimler sonucunda elde edilen tüm bulgular diğer kamu kurumlarına kıyasla mahalli idareleri daha fazla önlem almaya eksikliklerini tamamlamaya itmektedir. Belediyelerin gelirlerinin önemli bir kısmı genel bütçe vergi gelirlerinden karşılanmaktadır. Belediyelerin öz gelirleri ile ilgili tahsil sorunu genel mali dengelerini bozmaktadır ve hizmet sunum kalitelerini düşürmektedir. Özellikle öz gelirleri arasında yer alan emlak vergisi ve çevre temizlik vergisinin yeterince toplanamaması önemli ölçüde gelir kaybına sebep olmaktadır. Ruhsatsız işyerleri ile ilgili denetimler yetersiz kalmaktadır. Bazı belediyelerde fon gelirlerinin hatalı bir şekilde muhasebeleştirilmesine rastlanılmaktadır. Kamu kaynak kullanımlarında mevzuata uygunluğunun denetlenmesi gerekmektedir. Belediyeler harç gelirleri ile ilgili kişi ve hizmetlerde 2464 sayılı Belediye Gelirleri kanununa uygun hareket etmek zorundadırlar. Belediyeler tarafından tahsil edilen kültür varlıklarının korunması katkı payının bazı belediyeler tarafından il özel idarelerine veya il özel idarelerinin olmadığı yerlerde Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı'na aktarmadığı görülmektedir. Bazı belediye şirketlerinde özel sağlık sigortası yaptırılarak poliçe ödemeleri belediye bütçesinden karşılanmıştır. Bazı belediyeler sahipsiz hayvanlarla ilgili görev ve sorumluluklarını yerine getirmemektedir. Mali konularla ilgili titiz davranılmadığı mali tablolar doğru ve tam bir şekilde raporlanmamaktadır. Belediye taşınmazları ile ilgili hatalı işlemler yapılmaktadır. Gerçekleştirilen denetimlerde bazı il özel idarelerinin bütçelerinden yatırım planlarında, projelerinde ve programlarında yer almayan aktarımlar

yapılmıştır (Dış Denetim Genel Değerlendirme Raporu, 2023). Bu ve bunun gibi eksikliklerden dolayı mahalli idareler Sayıştay denetimi neticesinde mevzuatla uyumlu bir şekilde kalite ve verimlilik artışına ihtiyaç duymaktadır.

2.2.2. İdari Denetim

İdari vesayet, merkezi idarenin kamu yararı maksadıyla yerel yönetim birimlerinin karar, tüm eylem ve işlemlerinde, yerel yönetimlerin organlarında ve personeli üzerinde gerçekleştirdiği denetim türüdür. Alınan kararlar ve tüm işlemler, onaylanıp, bozulabilir ve aynı zamanda kaldırılabilir. Önceden izne tabi tutulabilir ve yürütme işlemi bırakılabilir. İdari vesayet denetiminin amacı, idarede birliğin ve hukuka uygunluğun sağlanmasıdır. Aynı zamanda yerel yönetim birimlerinin sahip olduğu özerklik durumlarının kötüye kullanımının önlenmesidir. Bu fonksiyonuyla vesayet denetimi, özerklik konusunda bir sınırlayıcı role üstlenmektedir. Fakat özerklik sınırlaması kanuni bir ölçüde gerçekleştirilebilir bu da göstermektedir ki merkezi idare yerinden yönetimlerin özerklik haklarına itibar etmek zorundadır. İdari vesayet yetkisinin bulunduğu birimler, mahalli en büyük mülki amir, il ve ilçe idare kurulları, ilgili bakanlıklar ve İçişleri Bakanlığı, Danıştay ve Sayıştay'dır. Mahalli idare birimin kararları üzerinde idari vesayet yetkisi çeşitli şekillerde gerçekleştirilebilmektedir. Bunlar tasdik, talik veya tehir (erteleme veya geciktirme), iptal veya fesih (bozma veya dağıtma), yerine geçme ve önceden izin alma şeklinde olmaktadır (Aktan 1976: 4). Yerel yönetimlerde özerklik konusu üzerinde çokça tartışılmaktadır. Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartları'nın Türkiye'ye uyumu konusunda da çalışmalar sürdürülmektedir. Özerklik şartı, idari vesayeti yalnızca hukuka uygunluk denetimi ile kısıtlamaktadır. Yalnızca merkezi idare kuruluşlarının yetkisinde olup, yerel yönetim birimlerine hizmetler kapsamında yerindelik denetimi yapılabilecektir. Belediye meclisinin kararlarının çoğu ve

belediye bütçeleri mülki idare amirinin onayıyla gerçekleşmekteydi. 5393 Sayılı Belediye Kanunu vesayet denetimine dair kararlarıyla belediyelerde denetimin iç ve dış denetim şeklinde olabileceğini düzenlemiştir. Denetimin kapsamını da iş ve işlemlerin hukuka uygunluk, mali ve performans denetimi ile sınırlandırmıştır. Vesayet hükümlerinin önemli bir kısmının mevzuatımızdan çıkarılması Türkiye'nin Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartları'na uyumunu güçlendirmiştir. Ayrıca özerklik teorileri açısından da olumlu ilerlemeler sağlanmıştır (İnanç ve Ünal, 2007: 19). Bunun yanında 5302 sayılı Kanun ve 5393 sayılı Kanun'da yerel yönetimlerin mali işlemlerin haricinde diğer idari işlemlerinin, hukuka uygunluk ve idarenin bütünlüğü bağlamında İçişleri Bakanlığı tarafından denetime açık olması, idari vesayet yetkisinin oldukça geniş yorumlanmasına sebep olabilecek bir düzenlemedir. Bu konuda kapsamının net belirlenememesi, merkezi yönetimin idari vesayet yetkisini ağır bir şekilde kullanabilme durumunu yaratacaktır. Ayrıca, halen bu kanunlar kapsamında merkeze geniş takdir yetkisi veren çok sayıda ifadeye rastlanılmaktadır (Önen ve Eken, 2016: 232).

İdari vesayet denetimi, hiyerarşi denetimi ile farklılık göstermektedir. Hiyerarşiden farkı iki ayrı tüzel kişiliğin mevcut olması şartı bulunmaktadır. Eskiden bu şart kapsamındaki tüzel kişilerin dağılımında biri merkezden diğeri yerel yönetimlerden olarak ifade edilse de zamanla bu ilişki yasal olarak merkez statüsünde olan iki idare arasında gerçekleşmektedir (Özay,1996: 160).

2.2.3. Siyasi Denetim

TC. Anayasasının 87.maddesinde yer alan Türkiye Büyük Millet Meclisine (TBMM) ait görev ve yetkiler kanun koymak, kanunları değiştirmek ve kaldırmaktır. Aynı zamanda bütçe ve kesin hesap tekliflerini görüşerek kabul etmektedir. Bu

üstlenilen yetkiler bağlamında TBMM'nin siyasi denetim hakkına sahip olduğu söylenebilmektedir. Bu denetim türü yasama denetimi veya meclis denetimi şeklinde de ifade edilebilmektedir (Konca, 2010: 38). Anayasa'nın 98.maddesi meclis araştırması, genel görüşme, meclis soruşturması ve yazılı soru kavramlarına yer vermiştir. TBMM bu yolları kullanarak siyasi denetim yetkisini kullanabilmektedir. Siyasi denetim yolları sadece merkezi yönetim yapısı içinde değil yerel yönetim yapısı içerisinde de görülmektedir (Güven, 2012: 47).

TC. Anayasası 98.maddesinde siyasi denetim için başvuru yolları açıklamaktadır. Meclis araştırması, belli bir konu hakkında bilgi edinmek amaçlı inceleme olarak ifade edilmektedir. Genel görüşme, tüm toplum ve devlet faaliyetleri ile ilgili belirli bir konunun TBMM Genel Kurulunda görüşülmesidir. Meclis soruşturması, Cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlar ile ilgili görevleri ile ilgili suç işleme iddialarında başvuru bir yöntemdir. Yazılı soru, milletvekillerinin cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlara yazılı bir şekilde soru sormasını ifade etmektedir. Meclis araştırması ise, genel görüşme ve yazılı soru önergelerinin verilme yöntemi, içeriği ve kapsamı ile araştırma usulleri Meclis İçtüzüğü vasıtasıyla düzenlenmektedir. 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 26.maddesinde de belediyelere yönelik denetim maddelerine yer verilmektedir. Kanuna göre belediye meclisi bilgi edinme ve denetim yetkisini faaliyet raporunu değerlendirme, denetim komisyonu, soru, genel görüşme ve gensoru yollarına başvurarak kullanmaktadır. Meclis üyeleri, meclis başkanlığına önerge verip belediyenin işleriyle alakalı konularda sözlü veya yazılı soru sorabilir. Soru, belediye başkanı veya başkanın görevlendireceği kişi tarafından sözlü ya da yazılı olarak cevaplandırılmaktadır. Meclis üyelerinin en az üçte birinin meclis başkanlığına istekte bulunmasıyla, belediyenin işleriyle alakalı bir konuda genel görüşme açılması

söz konusu olabilir. Bu isteği meclis kabul ederse gündeme alınmaktadır. Belediye başkanı tarafından meclise sunulan bir önceki yıla dair faaliyet raporundaki metinler, meclis üye tam sayısının dörtte üç çoğunluğuyla yeterli görülmezse, yetersizlik kararıyla görüşmeleri içeren tutanak, meclis başkan vekili vasıtasıyla mahallin mülkî idare amirine gönderilir. Vali, dosyayı gerekçeli görüşüyle beraber Danıştaya iletir. Yetersizlik kararı, Danıştayca uygun görüldüğü takdirde belediye başkanı, başkanlıktan düşer. Meclis üye tam sayısının en az üçte biri oranındaki üyenin imzasıyla belediye başkanı hakkında gensoru önergesi verilebilir. Gensoru önergesi, meclis üye tam sayısının salt çoğunluğunun oyu ile gündeme alınır ve üç tam gün geçmedikçe görüşülemez.

5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu'nun 18. Maddesinde il genel meclisi soru, genel görüşme ve faaliyet raporunu değerlendirme vasıtasıyla bilgi edinme ve denetim yetkisini kullanabilmektedir.

2.2.4. Yargısal Denetim

Hukuksal manada denetim, yargısal denetim ve yargı dışı organlar vasıtasıyla denetim şeklinde ifade edilebilmektedir. Yargı denetimini bağımsız mahkemeler üstlenirken yargı dışı denetimi ise çeşitli kurumlar üstlenmektedir. Yargı denetiminin temelini hukuka uygunluk oluştururken yargı dışı denetimi ise yerindelik, etkinlik ve verimlilik gibi kavramlar oluşturmaktadır (Güven, 2012: 46).

TC. Anayasası'nın 125.maddesine göre idarenin her türlü eylem ve işlemleri ile ilgili yargı yolu açıktır. Yargı yetkisi yalnızca idari eylem ve işlemlerin hukuka uygunluk denetimi ile ilgilidir. Bu yetki yerindelik denetimi olarak kullanılamaz. Ayrıca yürütme görevinin kanunlarda belirtilen şekil ve esaslara aykırı, idari eylem ve işlem niteliğinde yargı kararı verilemez. Yargı denetiminin sonuçlarının kesin olması onu diğer denetim

türlerinden ayırmaktadır. Yargı denetiminin mahkemeler vasıtasıyla gerçekleştirilmesi yerel yönetimlerin tüm eylem ve işlemlerine yönelik yerel halka güvence sağlamaktadır. Ayrıca yerel yönetimlere de merkezi idarenin keyfi karar ve davranışlarına yönelik koruma mekanizması yaratmaktadır (Konca, 2010: 61).

2.2.5. Kamuoyu Denetimi

Kamuoyu denetimi örgütlenmiş halk tarafından, yönetimlerin yaptıkları işlerin takip edilmesi, haksız eylem ve işlemlerine yönelik gereken tepkiyi ve isteklerini ortaya koymaktır (Tağma, 2002: 95). 5018 sayılı kanunun 7.maddesinde kamuoyu denetimi ile ilgili ifade mali saydamlık başlığı altında düzenlenmektedir. Mali saydamlık, kamu yönetiminde üstlenilen tüm yetki ve sorumluluklar ile birlikte karar ve süreçler hakkında önceden bilgi sahibi olmayı, üretilen tüm bilgi ve belgelere zorlanmadan ulaşılmasına imkan verilmesini, işlemler sonucunda elde edilen raporların yayınlanması ve paylaşılmasını ifade etmektedir (Aksoy, 2022: 184). Bu tanımdan da yola çıkarak 7.maddede tüm kamu kaynaklarının elde edilmesi ve kullanımında denetime imkan tanınması amacıyla kamuoyu zamanında bilgilendirilir. 4982 sayılı Bilgi Edinme Kanunu Kapsamında da kamuoyu denetimine imkan tanıyan maddeler bulunmaktadır. Kanunun 4.maddesine göre herkesin bilgi edinme hakkı bulunmaktadır. 5. Maddesinde de birtakım istisnalar haricinde kurum ve kuruluşlar her türlü bilgi veya belgeyi sunmak, bilgi edinme başvurularına da kısa sürede sonuçlandırmak durumundadırlar. 3071 Dilekçe Hakkının Kullanılmasına Dair Kanun'un 3. Maddesi Türk vatandaşlarına gerek kendileri gerekse kamu kurumları ile ilgili dilek ve şikayetleri hakkında, TBMM'ye ve yetkili mercilere başvurma hakkı tanımıştır. 5393 sayılı Belediye Kanununun 57.maddesine göre belediye hizmetlerinin önemli derecede aksar ve bu durum sağlık ve huzuru olumsuz etkiler ise sulh hukuk

hakiminin tespiti durumunda İçişleri Bakanı hizmetlerdeki tüm aksaklıkların ortadan kaldırılmasını belediye başkanından talep edebilmektedir. 5302 sayılı İl Özel İdaresi hakkındaki kanunda da kamuoyu denetimi yer vermişlerdir. İl genel meclisinin aldığı kararları en geç beş gün içerisinde valiye gönderilmektedir. Vali hukuka aykırılık teşkil eden kararları, yedi gün içerisinde gerekçesini de yazarak il genel meclisine iade edilebilir. İl genel meclisinin kesinleşen karar özetleri toplantıyı izleyen en geç yedi gün içinde çeşitli yollarla halka duyurulur.

3. SONUÇ

Kamu mali yönetiminde yapılan yasal düzenlemeler ile yerel yönetimlerin denetim yapıları iç ve dış denetim şeklinde belirtilmiştir. Bu denetimler hukuka uygunluk, mali denetim ve performans denetimi üzerine odaklanmıştır. Günümüz yerel yönetim anlayışıyla yapılan denetimlerin etkinliği büyük önem arz etmektedir. Denetim kalitesinin göstergeleri hemşehri ihtiyaçlarına cevap verebilirlik, mesleki özenin gösterilmesi, saha çalışmasının yürütülmesi ve mesleki şüphecilüğün uygulanması gibi durumlardır. Ayrıca, denetçinin sektörel uzmanlığı, denetçinin hemşehri ihtiyaçlarına cevap verebilirliği, denetim yöneticisinin katılımı ve saha çalışmasının yürütülmesi denetlenen memnuniyetini önemli ölçüde etkilemektedir. Denetlenen kurumun denetimi benimsemesi de iç denetim mekanizmasını güçlendirebilecek faktörlerdendir.

Yerel yönetimlerin iç denetim ve bağımsız denetim komitelerine sahip olmaları gerekmektedir. Uygulamalarda açıkça görülüyor ki, yasama gücü olmaksızın yerel yönetimler tavsiyeleri göz ardı etmeye devam edecek ve yeterli düzeyde yönetim ve hesap verebilirlik sağlanamayacaktır. Mahalli idarelerin ve yöneticilerin, kamu kaynaklarını basiretli bir şekilde yönetme ve toplumun çıkarlarını koruma sorumluluğu

bulunmaktadır. Üyelerinin çoğunluğunun bağımsız olduğu bir denetim komitesi tarafından denetlenen bir iç denetim komitesi gibi güvenli önlemler, iyi yönetim ve hesap verme sürecini en iyi şekilde sağlayabilmektedir. Aksi takdirde iç denetçilerin üst yöneticiye tabii olma durumu inceleme yapmaktan kaçınma isteği doğurabilir ve hatta sorunları rapor etmekten kaçınmasına sebep olabilir.

Yerel yönetimler hesap verebilirlik ve yönetim için bir çerçeve oluşturmalıdır. Yerel yönetimler yasama yetkilerine sahip olmalıdırlar. Yerel yönetimlerde iç denetimde rol alan denetçilere konu bazlı performans denetimleri yapma yetkisi verilmesi uygun olabilecektir. Ayrıca iç denetim raporlarının konsey toplantıları veya yıllık toplantı gibi kamuya açık platformlarda sunulması ve masaya yatırılması önem arz etmektedir. Bu önerilerin tümü, yerel yönetimlerin daha yüksek düzeyde yönetim ve hesap verebilirlik sağlamasını amaçlamaktadır.

Çalışmada Sayıştay denetimi raporları detaylı bir şekilde incelenerek son yıllarda büyükşehir belediyelerinin denetlenme oranının %90 olduğu görülmektedir. Fakat il belediyelerinin denetlenme oranı büyükşehir belediyelerinin denetlenme oranının yaklaşık yarısını oluşturmaktadır. İl özel idareleri %25 civarındadır. Diğer kamu idarelerinde %100'leri bulmaktadır. Hata ve Bütçe Türü İtibarıyla Bulgu Sayılarına bakıldığında mahalli idarelerde bu oranın çok ciddi boyutlarda olduğu görülmektedir. Mali tabloların bildirimi ve hukuki mevzuata uygunluk açısından gerçekleştirilen hatalar endişe verici boyutlardadır.

Bazı çalışmalar, kamu sektöründeki dış denetimin hükümet politikalarını meşrulaştırmak için kullanıldığını iddia etmektedirler. Bu durum temel olarak, dış denetçinin politika geliştirme sürecine dahil olması, net değerlendirme kriterlerinin

olmaması ve böyle bir denetim odağının siyasi hassasiyeti gibi bir dizi faktöre bağlanmaktadır.

Yerel yönetimlerde özerklik konusu üzerinde tartışılmaktadır. Yerel yönetimlerin özerkliği denetim kavramıyla yakından ilgilidir. Yerel yönetimlerin özerkliğinin önemli koşullarından birisi, yeterli mali kaynaklara sahip olmasıdır. Merkezi yönetime mali açıdan bağımlı bir yerel yönetimin özerk olduğu iddia edilemez. Bu durumdan dolayı yerel yönetimlerin kendilerinden beklenen hizmetlerini yerine getirebilmesini sağlayacak nitelikte ve sürekli gelir kaynaklarına ihtiyaç duymaktadır. Belediyelerin hizmet sunumlarının gerek nitelik gerekse nicelik yönünden artış göstermesi için kendi öz gelirleri ile ilgili tahakkuk ve tahsil sorunlarını çözmelidirler.

KAYNAKÇA

2022 Yılı Dış Değerlendirme Genel Raporu.
<https://www.sayistay.gov.tr/reports/G0YE3PdGj3-2022-yili-dis-denetim-genel-degerlendirme-raporu>. Erişim Tarihi: 20.09.2023.

2022 Yılı Kamu İç Denetim Genel Raporu.
<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2023/08/2022-Yili-Kamu-Ic-Denetim-Genel-Raporu.pdf>. Erişim Tarihi: 20.09.2023.

5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu

5302 Sayılı İl Özel İdaresi Kanunu

5393 Sayılı Belediye Kanunu

Accounting, Accountability & Performance 14(1): 4-34.

Aksoy, M. (2022). Kamu Mali Yönetiminde Mali Saydamlık ve Hesap Verebilirliğin Sağlanmasında Sayıştay

- Raporlarının Etkinlik Düzeyi. International Journal of Public Finance, 7(1), 181-210.
- Aktan, T (1976) . “Mahalli idarelerde Vesayet Denetimi”, Amme İdaresi Dergisi, Cilt. 9, Sayı. 3, 3 - 24.
- Aldemir, C., ve Eyüp, Ş. E. N. (2018). Yerel Yönetimlerde Denetim Ve İyi Yönetişim İlişkisi Muğla Büyükşehir Belediyesi Örneği. Ombudsman Akademik, (1), 213-243.
- Aren, S. ve Karataş, A. (2004). Vekâlet teorisi ve bilgi asimetrisi problemi. F. Ölçer ve A. Özyılmaz (Ed.). Güncel Yönetim ve Organizasyon Yaklaşımları (183-204). İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Barton, A. (2005). Professional Accounting Standards And The Public Sector - A Mismatch. Abacus- A Journal of Accounting Finance and Business Studies 41(2): 131-158.
- Bovens, M. (2007b). Two Concepts of Accountability: Accountability as a Virtue and as a Mechanism. West European Politics 33(5): 946-967.
- Bowrey, G. (2008). Keeping up Appearances: The Quest for Governance Legitimacy.
- Bozkurt, P. (2013). Denetim Kavramı Ve Denetim Anlayışındaki Gelişmeler. Denetişim, (12), 56-62.
- Broadbent, J. and Laughlin, R. (2003), “Control and legitimation in government accountability processes: the private finance initiative in the UK”, Critical Perspectives on Accounting, 14 (Nos 1/2), 23-48.
- Çelik, N. ve Bedük, A. (2013). Vekâlet Teorisi Yaklaşımı ile İşlem Maliyeti Arasındaki İlişki. Sakarya İktisat Dergisi, 3, 43-67.

- Department of Local Government (NSW) (2008). International Audit Trends in the Public Sector
- Doğan, M. (2004). Yerel Yönetimlerde Denetim ve Bir Model Önerisi: Yerel Ombudsman [Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı.
- Everett, J. (2003), “The Politics Of Comprehensive Auditing In Fields Of High Outcome And Cause Uncertainty”, Critical Perspectives on Accounting, 14 (1), 77-104.
- Ferraz, C.,ve Finan, F. (2010). Electoral Accountability And Corruption: Evidence From The Audits Of Local Governments. American Economic Review.
- Gönülaçar, Ş. (2007), “İç Denetimde Hedefler ve Beklentiler”, Mali Hukuk Dergisi, Sayı: 131.
- Gözübüyük, Şeref A (2005), Yönetim Hukuku, 22. Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Güven, A.(2012). Belediyelerde Performans Denetimi Ve Algılanması Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0386.2007.00378.x>. Erişim Tarihi:03.09.2023
- http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=731103 Erişim Tarihi: 03.09.2023
- <http://search.informit.com.au/documentSummary;dn=784963533722819;res=IELBUS> Erişim Tarihi: 4.09.2023.
- <http://www.dlg.nsw.gov.au>. Erişim Tarihi: 11.08.2023
- https://eml.berkeley.edu/~ffinan/Finan_Termlimits.pdf Erişim Tarihi: 03.09.2023

- <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2023/08/2022-Yili-Kamu-Ic-Denetim-Genel-Raporu.pdf> Erişim Tarihi: 21.09.2023
- İnaç, H.- ÜNAL, F. (Nisan 2007), “Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı ve Türkiye’de Belediyeler”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S.17, s. 1- 24.
- Jones, G. ve Beattie, C., Local Government Internal Audit Compliance, Australasian Accounting, Business and Finance Journal, 9(3), 2015, 59-71.
- Kamu İç Denetim Genel Raporu (2022).
- Karci, Ş. M. (2008). Yeni Kamu İşletmeciliği Yaklaşımının Temel Değerleri Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz İİBF Dergisi, 8(16), 40-64.
- Kartalcı, K. (2007) “Kamu Mali Yönetimi ve Denetimi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi SBE.
- Konca, T. (2010). “Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Siyasal, Yargısal ve İdari Denetimi”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE.
- Kwamena Aikins, S. (2012). Determinants of auditee adoption of audit recommendations: Local government auditors’ perspectives. Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management, 24(2), 195-220.
- Laughlin, R. (1996), “Principals and higher principals: accounting for accountability in the caring professions”, in Munro, R. and Mouritsen, J. (Eds), Accountability: Power, Ethos and the Technologies of Managing, International Thompson Press, London.
- Mzenzi, S. I., ve Gaspar, A. F. (2015). External auditing and accountability in the Tanzanian local government

- authorities. Managerial Auditing Journal, 30(6/7), 681-702.
- Önen, S. M., ve İhsan, E. K. E. N. (2016). Yerel yönetimler üzerinde uygulanan idari vesayet yetkisinin irdelenmesi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(56).
- Özay, İ.H. (1996), Günışığında Yönetim, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Parker, L. ve Gould, G. (1999), “Changing public sector accountability: critiquing new directions”, Accounting Forum, 23 (2), 109-135.
- Payne, J.L. ve Jensen, K.L. (2002), “An examination of municipal audit delay”, Journal of Accounting and Public Policy, 21 (1), 1-29.
- Roberts, J. ve Scapens, R. (1985), “Accounting Systems And Systems Of Accountability – Understanding Accounting Practices In Their Organisational Contexts”, Accounting, Organizations and Society, 10(4), 443-456.
- Roberts, S. and Pollitt, C. (1994), “Audit or evaluation? A national audit office VFM study”, Public Administration, 72 (4), 527-549.
- Sellers, J. M., ve Lidström, A. (2007). Decentralization, local government, and the welfare state. Governance, 20(4), 609-632.
- Tağma, K. (2002), Siyasi Sistemler, Yönetim Modelleri ve Türkiye, Timaş Yayınları, İstanbul.
- TC. 1982 Anayasası

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLERDE AKADEMİK ARAŞTIRMALAR



YAZ Yayınları
M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3
İscehisar / AFYONKARAHİSAR
Tel : (0 531) 880 92 99
yazyayinlari@gmail.com • www.yazyayinlari.com

ISBN: 978-625-6524-45-3

