



ETÜ SENTEZ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

ETU SYNTHESIS JOURNAL OF
ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

ISSUE . SAYI: 7 / 7



ETÜ SENTEZ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

ETU SYNTHESIS
JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Aralık 2022, Sayı: 7
December 2022, Issue: 7

ETÜ SENTEZ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

**ETU SYNTHESIS JOURNAL OF ECONOMIC AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES**

Sahibi / Publisher

Erzurum Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Adına
Dekan, Prof. Dr. Engin ÖNER

Editör / Editor

Doç. Dr. Abdulkadir KAYA

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep KARACA

Alan Editörleri / Field Editors

Doç. Dr. Şakir DIZMAN

Doç. Dr. Fatih YILDIRIM

Doç. Dr. Gürkan ÇALMAŞUR

Dr. Öğr. Üyesi Esra Sena TÜRKO

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Mutlu AKINCI

Dr. Öğr. Üyesi Yılmaz KAPLAN

Dil Editörleri / Language Editors

Dr. Öğr. Üyesi Yahya AYGÜL

Dr. Öğr. Üyesi Burak BAŞKAN

İdare ve Yazışma Adresi/ All correspondence should be addressed to:

Erzurum Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

İİBF Dergisi Editörlüğü

Ömer Nasuhi Bilmen Mah. Havaalanı Yolu Cad. No:53 Yakutiye/Erzurum

Tel: +90 444 5 388 / 1018-2197

E-mail: etusentez@erzurum.edu.tr

Web adresi: <http://dergi.erzurum.edu.tr/iibf>

Yayımcı :

Erzurum Teknik Üniversitesi

ETÜ Sentez İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Mart, Haziran, Eylül ve Aralık olmak üzere üçer aylık dönemlerde yılda 4 sayı olarak yayımlanan hem Türkçe hem de İngilizce dillerindeki çalışmalara yer veren akademik, uluslararası hakemli bir dergidir.

Dergide yayımlanan makalelerin sorumluluğu yazarına aittir.

Derginin tarandığı endeksler: asos endeks, idealonline, google scholar.

All responsibilities of the articles published belong to the authors

ETU Synthesis Journal of Economic and Administrative Sciences is an academic, internationally refereed journal which is published quarterly, as 4 issues a year in March, June, September and December and accepts studies in both Turkish and English.

Indexes the journal is scanned: asos index, idealonline, google scholar.

Bilimsel Danışma Kurulu / Advisory Board

- Prof. Aqdas Afzal (Habib University)
Prof. Dr. Atılhan Naktiyok (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Bener Güngör (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Dilber Ulaş (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Erdiñç Altay (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Erdoğan Kaygın (Kafkas Üniversitesi)
Dr. Erick C Jones (University of Texas at Arlington)
Prof. Fadhel Kaboub (Denison University)
Prof. Dr. Gülizar Kurt Gümüş (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Güven Sayılğan (Ankara Üniversitesi)
Prof. Dr. Hakan Sarıtaş (Pamukkale Üniversitesi)
Prof. Dr. Hasan Ayyıldız (Karadeniz Teknik Üniversitesi)
Prof. Hendrik Van Den Berg (University of Massachusetts Amherst)
Prof. Hongkil (Sam) Kim (University of North Carolina at Asheville)
Prof. Dr. Hüseyin Özer (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. İlhami Yücel (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)
Prof. Jonathan Joseph (University of Bristol)
Prof. Dr. Mehmet Cihangir (Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet Suphi Özçomak (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Metin Coşkun (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Muammer Yaylalı (Erzurum Teknik Üniversitesi)
Prof. Dr. Muhsin Doğan (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)
Prof. Dr. Ömer Faruk İşcan (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Ömer Yılmaz (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Ötüken Senger (Kafkas Üniversitesi)
Dr. Rachel Tracey (Queen's University Belfast)
Ramakrishna Prasad Koganti (University of Texas at Arlington)
Dr. Randy Napier (University of Texas at Arlington)
Prof. Ruchira Sen (Jindal Global University)
Prof. Dr. Selahattin Kaynak (Samsun Üniversitesi)
Prof. Dr. Selami Güney (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)
Prof. Dr. Selim Başar (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Sevda Yapraklı (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Şuayip Özdemir (Afyon Kocatepe Üniversitesi)

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Yazar(lar) Author(s)	Makalenin Başlığı /Title of Paper	Sayfa No Page Numbers
Semra Aydoğdu Bađci	İktisadi Görüşler Perspektifinden Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi / Determination of The Relation between Public Expenditures and Economic Growth from The Perspective of Economic Views Makale Türü / Article Type : Research / Araştırma	1-24
Muharrem Alparslan Kurudirek Muhammet İrfan Kurudirek Burak Karababa	Sporcularda Algılanan Finansal Durum Ve Sportif Ürünlere Yönelik Anlık Satın Alma Davranışı İlişkisinin İncelenmesi / Examination of The Relationship of Financial Status Perceived by Athletes and Instant Purchase Behavior of Sports Goods Makale Türü / Article Type : Research / Araştırma	25-38
Mercan Hatipoğlu	Reel Döviz Kurlarında Balon Var Mıdır? Seçilmiş Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir Araştırma / Are There Bubbles In Real Exchange Rates? A Research On Selected Developing Countries Makale Türü / Article Type : Research / Araştırma	39-52
Ahmet İlker Akbaba	Hizmet Sektöründe İş Görenlerin Müşteri İlişkileri Yönetimi Algıları: Çağrı Merkezi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma / Employees' Perceptions on Customer Relations Management in The Service Sector: A Research on Call Center Employees Makale Türü / Article Type : Research / Araştırma	53-66

DERGİNİN BU SAYISINDA KATKIDA BULUNAN HAKEMLERİN LİSTESİ

Prof. Dr. Canan Nur Karabey (Atatürk Üniversitesi)

Prof. Dr. Famil ŞAMİLOĞLU (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)

Doç. Dr. Dilek ÖZDEMİR (Atatürk Üniversitesi)

Doç. Dr. Fatih YILDIRIM (Erzurum Teknik Üniversitesi)

Doç. Dr. İsa DEMİRKOL (Bursa Teknik Üniversitesi)

Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK (Atatürk Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Filiz DAŞKIRAN (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Zişan Duygu ALİOĞULLARI (Erzurum Teknik Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan ERKAL (Atatürk Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Serkan DEMİRDÖĞEN (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)

İKTİSADİ GÖRÜŞLER PERSPEKTİFİNDEN KAMU HARCAMALARI VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ

Semra Aydoğdu Bağcı
Dr. , Ankara Yıldırım Beyazıt
Üniversitesi, Şereflikoçhisar
Uygulamalı Bilimler Fakültesi,
e-mail: sbagci@ybu.edu.tr,
ORCID: 0000-0001-8078-5626

DOI : 10.47358/sentez.2021.28
Makale Türü : Araştırma
Gönderim Tarihi: 06.02.2022
Düzeltilme Tarihi: 28.02.2022
Kabul Tarihi:13.03.2022

Bu makaleye atıfta bulunmak için:
Aydoğdu Bağcı, S. (2022). İktisadi
Görüşler Perspektifinden Kamu
Harcamaları ve Ekonomik Büyüme
Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi.
ETÜ Sentez İktisadi ve İdari
Bilimler Dergisi. Sayı: 7, 1-24 .



Öz: Bu çalışmanın amacı; 7 üst orta gelirli Avrupa ve Merkezi Asya ülkesinin 1988-2017 dönemi için kamu harcama türleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemektir. Farklı bir örneklem grubunun seçilmesi ve zaman periyodunun uzun tutulması bu çalışmayı literatürden ayırmaktadır. Panel Dağıtılmış Gecikmeli Otoregresif Modeli'nin (Panel ARDL) kullanıldığı çalışmada Model 1'de; kamunun nihai tüketim, savunma, eğitim ve sağlık harcamalarının Gayri Safi Yurt İçi Hasılaya (GSYİH)'e oranının kişi başı reel GSYİH'e etkisi ele alınmıştır. Model 2, Model 3, Model 4 ve Model 5'te ise kişi başı reel GSYİH'nin sırayla kamunun nihai tüketim harcamalarına, kamunun savunma harcamalarına, kamunun eğitim harcamalarına ve kamunun sağlık harcamalarına etkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda; kamunun nihai tüketim harcamalarından ve kamunun sağlık harcamalarından ekonomik büyümeye doğru pozitif bir ilişki saptanmış ve böylece Keynesyen görüş bu harcama kalemleri için desteklenmiştir. Kamunun savunma ve kamunun eğitim harcamaları ise ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir. Bu sonuç; klasik görüş, arz yanlı iktisadi görüş, kamu tercihi teorisi, rasyonel beklentiler teorisi ve monetarist teori ile uyumaktadır. Ekonomik büyümenin ise kamunun nihai tüketim harcamalarını ve kamunun savunma harcamalarını pozitif etkilediği saptanmıştır. Bu sonuç, Wagner yasası ile uyumludur.

Anahtar Kelimeler: Kamu Harcamaları, Ekonomik Büyüme, Panel ARDL

DETERMINATION OF THE RELATION BETWEEN PUBLIC EXPENDITURES AND ECONOMIC GROWTH FROM THE PERSPECTIVE OF ECONOMIC VIEWS

Semra Aydogdu Bagci
Dr. , Ankara Yildirim Beyazit
University, Sereflikochisar Faculty
of Applied Sciences,
e-mail: sbagci@ybu.edu.tr,
ORCID: 0000-0001-8078-5626

DOI : 10.47358/sentez.2021.28
Article Type : Research
Application Date: 02.06.2022
Revision Date: 02.28.2022
Admission Date: 03.13.2022

To cite this article:
Aydogdu Bagci, S. (2022).
Determination of The Relation
between Public Expenditures and
Economic Growth from The
Perspective of Economic Views.
ETU Synthesis Journal of
Economic and Administrative
Sciences. Issue: 7, 1-24 .

This article was checked by



Abstract: The aim of this paper is to research the relationship between public expenditures and economic growth for the period 1988-2017 for the 7 upper middle income Europe and Central Asian countries. The choice of different sample group and taking of time period longer distinguishes this work from the literature. Using of the method of panel ARDL; it was dealt in Model 1 with the effect of the final consumption, military, education and health expenditures of the public relation to the real Gross Domestic Product (GDP) per capita. In Model 2, 3, 4, 5 and 6 the effect of real GDP per capita is researched on the final consumption, health, military and education expenditures of the public in order. According to the results of the analysis; the final consumption and health expenditures of the public effect the real GDP positively. This result support the Keynesian economics. Military and health expenditures of the public have negative effect on the economic growth. This result jibes with the classic economics, supply side economics, public choice theory, rational expectations theory and monetarist theory. Economic growth effects on the final consumption and military expenditures of public positively. This result corresponds with the Wagner law.

Keywords : Public Expenditure, Economic Growth, Panel ARDL.

Jel Classification : O47, H50, H51, H52

GİRİŞ

Devletin varlığının temelini oluşturan toplumsal ihtiyaçları yerine getirmek amacıyla ve gelir dağılımını düzenleme, tam istihdamı sağlama ve ekonomik kalkınmayı sağlama gibi iktisadi hedefleri yerine getirmek için mali araç olarak kamu harcamalarını gerçekleştirmesi gerekmektedir (Edizdoğan vd., 2011: 42). “Kamu harcamalarının artırılması” başka bir şekilde ifade edilecek olursa “devletin büyüklüğü” konusu özellikle 20. yüzyılda dünya genelinde tartışılan önemli bir konu olmuştur. Klasiklerden Maurice Duverger’e göre “devletin cimriliği klasik maliyenin temelidir”. Başka bir ifade ile devletin ekonomiye müdahalesi minimum tutulmaktadır. Kamu harcamalarındaki artış klasik maliye tarafından onaylanmamaktadır. Bu da iki nedene dayandırılmaktadır (Nadaroğlu, 2000: 136-137): bunlardan birincisi kamu harcamalarındaki artışın devlet müdahalesine sebebiyet vermesidir. Bu şu şekilde açıklanmaktadır; kamu harcamalarındaki artış, vergilerde ve bunu takiben bireylerin kullanılabilir gelirlerinde ve böylece bireylerin yatırımlarında azalmaya neden olarak devlet müdahalesine sebebiyet vermektedir. İkinci neden ise; klasiklerin kamu harcamalarını, tüketim olarak görmeleri ve kamu harcamalarına, milli geliri azaltıcı bir unsur gözüyle bakmalarındadır. Bu nedenden dolayı klasikler; devletin yaptığı harcamaları, milli geliri azaltan ve toplumun fakirleşmesine sebebiyet veren bir etken olarak nitelendirmişlerdir.

Ekonomik büyüme ve kamu harcamaları arasındaki ilişkiyi inceleyen başka bir görüş de Wagner Kanunu’dur. Adolf Wagner, “kamu faaliyetlerinin artışı kanunu”(Wagner, 1893: 893) olarak da bilinen bu kavramı ortaya koymuştur. Buna göre devlet faaliyetlerinin artması kamu harcamalarının artmasına neden olmaktadır. Bu kanun; GSYİH’de görülen artışlar ile birlikte kamu harcamalarının GSYİH’e oranının da artış seyrinde olduğunu göstermektedir. Başka bir şekilde de ifade edilecek olursa; milli gelir düzeyi kamu sektörü büyüklüğüne etki etmektedir (Handler, 2006: 96-97). Bu kanunda; kişi başı reel GSYİH’deki artış ile birlikte kamu harcamalarının GSYİH’e oranının da arttığı görülmektedir. Bu durum; devletin faaliyetlerinin (kamu hizmetleri ya da kamu mallarının sunulması) kamu malları olarak görülmesi ve bu mallara olan talebin artan gelir ile birlikte artmasından kaynaklanmaktadır (Getzner ve Neck, 2002: 1-2).

Gelişmiş ülkelerde kamu harcamalarında görülen artışın en önemli iki sebebinden biri 1917 yılında ortaya çıkan Rus Devrimi iken, diğeri Büyük Buhran olmuştur (Soubbotina ve Sheram, 2000: 61). 1929’da gerçekleşen Büyük Buhran ile birlikte devlet müdahalesi olmaksızın ekonomik dengenin istisnalar haricinde gerçekleşemediği ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda Keynes, Genel Teorisinde devlet müdahalesi olmadığı durumda tam istihdama bazen ve tesadüfen ulaşabileceğini ve ekonomik dengenin eksik istihdam durumunda da ortaya çıkabileceğini ortaya koymuştur. Keynesyen görüşe göre; istihdam düzeyi efektif talebe, efektif talep ise tüketim ve yatırım harcamalarına bağlıdır. Efektif talep, belirli bir dönemde yapılan harcamaların toplamıdır. Ekonomik dengenin eksik istihdamda olmasının sebebi; efektif talep eksikliğidir. Eksik istihdamdan tam istihdama geçebilmenin yolu; ferdi harcamalar ile kapatılamayan efektif talebi kamu harcamaları yoluyla kapatmak ve özel kesim harcamalarını kontrol etmektir (Nadaroğlu, 2000: 138-137).

1950’li ve 1960 yıllarda ise talep yönlü iktisadın etkisiyle genişletici maliye politikaları uygulanmış ve kamu sektörü hızla genişlemiştir (Tanzi ve Schuknecht, 1997: 399). Gelişmekte olan ülkelerde; 20. yüzyılın ikinci yarısında sömürgeciliğin sonlanmasının ardından sosyal eşitlik ve endüstrileşme gibi iktisadi kalkınma hedefleri ile kamu sektörünün rolü önem kazanmıştır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğu böylece kaynaklarını harekete geçirerek ekonomik büyümelerini

hızlandırmıştır. 1980 yılına kadar da büyük ölçüde merkezi planlamaya ve devletin ekonomiyi kontrolüne dayanan bir politika izlenmiştir (Soubbotina ve Sheram, 2000: 61).

1970'li yıllarda ise kamu büyüklüğünün azaltılması konusu tekrar gündeme gelmiştir. 1929 Büyük Buhranı'nın sebep olduğu işsizlik ve İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan "stagnation" olarak da adlandırılan enflasyonsuz durgunluk yılları Keynesyen görüşü doğrulamıştır. Ancak 1973 sonrasında ortaya çıkan petrol krizinin yanı sıra Avrupa ve ABD (Amerika Birleşik Devletleri)'nde görülen enflasyonla birlikte görülen işsizlik (stagflasyon) Keynesyen görüşün ortaya attığı talep yanlı para ve maliye politikaları tedbirlerinin etkili olmadığını ortaya çıkarmıştır. M. Friedman öncülüğünde arz yönlü iktisat görüşü ortaya atılmıştır. Bu görüşe göre enflasyonla mücadele edebilmek için kamu harcamaları azaltılmalı ve sıkı bir para politikası izlenmelidir (Nadaroğlu, 2000: 140-141). Kaynağını klasik görüşten alan arz yanlı iktisat görüşü, kamu tercihi teorisi, rasyonel beklentiler teorisi ve monetarist teoriyi savunanlar; devletin küçültülmesi başka bir şekilde ifade edilecek olursa kamu harcamalarının azaltılması yoluyla ekonomik sorunların çözülebileceği fikrini kabul etmektedir. Bu düşünce akımını savunan iktisatçılar, devletin ekonomiye müdahalesinin; kaynakları etkin dağıtmadığını, özel sektör yatırımlarının dışlandığını ve böylece hem ekonomik büyümeyi yavaşlattığını hem de işsizlik olgusunu artırdığı düşüncesini kabul etmektedir (Ulusoy ve Zengin, 1998: 298).

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Ekonomik büyüme ile kamu harcamaları arasındaki ilişki literatürde üç yönlü olarak incelenmektedir. Bunlar; kamu harcamalarının ekonomik büyümeye olan etkisi, ekonomik büyümenin kamu harcamalarına olan etkisi ve kamu harcamalarının ile ekonomik büyüme arasında karşılıklı ilişkidir.

Literatür İncelemesi: Kamu Harcamalarının Ekonomik Büyüme Etkisi

Kamu harcamalarının ekonomik büyümeye etkisi teorik açıdan iki yönlü incelenmiştir. Birincisi kamu harcamalarının ekonomik büyümeye etkisinin pozitif olduğunu savunan Keynesyen görüştür. İkincisi ise kamu harcamalarının ekonomik büyümeye etkisinin negatif olduğunu iddia eden klasik, arz yanlı iktisat görüşü, kamu tercihi teorisi, rasyonel beklentiler teorisi ve monetarist teoridir.

Kamu harcamasının ekonomik büyümeye etkisi literatür çalışmalarında pozitif ya da negatif yönlüdür. Bazı kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi artırırken, bazı kamu harcamalarının azalttığını tespit eden çalışmalara da rastlanmaktadır. Kamu harcamasının ekonomik büyümeye etkisinin olmadığını saptayan çalışmalar da bulunmaktadır. Bütün bu çalışmalar incelenerek literatür çalışmalardan hangi teorinin desteklendiği ile ilgili açıklama yapılmaktadır.

Kamu harcamalarının ekonomik büyümeye pozitif etkisi

Ram (1986), 115 ülkenin 1960-1970 ve 1970-1980 dönemine ait verileri yardımıyla En Küçük Kareler Yöntemi'ni kullandığı çalışmada kamu harcamalarının ekonomik büyümeye pozitif etkide bulunduğunu tespit etmiştir.

Ghali (1999), Vektör Hata Düzeltme Modeli ile 1970 yılı 1. Çeyrek-1994 yılı 3. Çeyrek dönemi için 10 OECD ülkesi ile ilgili yaptığı çalışmada kamunun harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini saptamıştır.

Pula ve Elshani (2018), En Küçük Kareler (OLS) metodu ile 2002-2015 döneminde Kosova için kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini bulmuştur.

Karhan (2018), Vektör Hata Düzeltme Modeli ile 1989-2017 döneminde BRICS ve Türkiye ülkeleri için kısa dönemde; kamu harcamalarından ekonomik büyümeye doğru pozitif bir ilişki saptamıştır.

Dudzevičiūtė vd. (2018), Granger Nedensellik Analizi ile 1995-2015 döneminde 28 Avrupa Birliği (AB) ülkesini araştırdığı analizde İsviçre ve Slovakya ülkeleri için; kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini tespit etmiştir.

Taminselvan ve Manjula (2019), VECM ile 1974-2015 döneminde Umman için yaptıkları çalışmada kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini saptamıştır.

Uremadu vd. (2019), çalışmalarında 1999-2016 döneminde Nijerya için Vektör Otoregresyon (VAR) Modeli ile kamu harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini araştırmış ve kamunun yönetim ve kamu borç servisine yaptıkları harcamaların ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini tespit etmiştir.

Kunwar (2019), ARDL ile 1974/1975-2017/2018 döneminde Nepal için kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini bulmuştur.

Ahuja ve Pandit (2020), 1990-2019 dönemi ve 59 gelişmekte olan ülke için Sabit Etkiler Modeli ile kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini tespit etmiştir.

Mose (2020), Sabit Etkiler Modeli ile 1985-2015 döneminde Batı Afrika'da kamunun sağlık ve savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini saptamıştır.

Ansari vd. (2021), Dinamik OLS Metodu'nu kullanarak 1991-2019 dönemi için BRICS-SAARC-ASEAN ülke gruplarında kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini saptamıştır.

Kamu harcamalarının ekonomik büyümeye negatif etkisi

Barro (1990), 1970-1985 dönemi ve 98 ülke için yaptığı Regresyon Analizi sonucunda, kamunun tüketim harcamalarının ekonomik büyümeyi negatif etkilediğini saptamıştır.

Deverajan vd. (1996), 43 gelişmekte olan ülke için 1970-1990 döneminde kamu harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini regresyon analizi yardımıyla araştırmış ve analiz sonucunda kamunun savunma ve altyapı harcamalarının ekonomik büyümeyi negatif etkilediğini tespit etmiştir.

Shahid vd. (2013), çalışmalarında ARDL Yöntemi'ni kullanarak Hindistan için 1972-2009 dönemi için kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi negatif etkilediğini tespit etmişlerdir.

Hasnul (2015), 1970-2014 döneminde Malezya için OLS yöntemini kullandığı çalışmada kamunun konut harcamalarının ekonomik büyümeyi negatif etkilediğini bulmuştur.

Chirwa ve Odhiambo (2016), Güney Afrika için 1970-2013 döneminde ARDL yönteminin kullanıldığı çalışmada kısa ve uzun dönemde kamunun tüketim harcamalarının ekonomik büyümeyi negatif etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Kamu harcamalarının ekonomik büyümeye etkisinin olmaması

Deverajan vd. (1996), 43 gelişmekte olan ülke için 1970-1990 döneminde kamu harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini regresyon analizi yardımıyla araştırmış ve analiz sonucunda kamunun sağlık ve eğitim harcamalarının ekonomik büyümeye anlamlı bir etkisinin olmadığını tespit etmiştir.

Hasnul (2015), 1970-2014 döneminde Malezya için OLS yöntemini kullandığı çalışmada kamunun eğitim, sağlık ve savunma harcamalarının ekonomik büyümeye anlamlı bir etkisi olmadığını bulmuştur.

Ogar vd. (2019), VAR Modeli ile 1980-2017 döneminde Nijerya için yaptıkları çalışmada kısa ve uzun dönemde kamu harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını gözlemiştir.

Uremadu vd. (2019), çalışmalarında 1999-2016 döneminde Nijerya için VAR Modeli ile kamu harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini araştırmış ve kamunun ulusal meclise, emeklilere ve bağışlar için yaptıkları harcamaların ekonomik büyümeye istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisinin bulunmadığını tespit etmiştir.

Bazı kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif, bazı kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi negatif etkilemesi ya da kamu harcamaları ile ekonomik büyümenin birbirini karşılıklı etkileme durumu

Yılmaz ve Kaya (2005), Regresyon Analizi'ni kullandığı çalışmada 1975-2003 döneminde Türkiye için kamunun yatırım harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini, kamunun transfer harcamalarının ise ekonomik büyümeyi negatif etkilediğini ortaya koymuştur.

Işık ve Alagöz (2005), Granger Nedensellik Testi ile 1985-2003 dönemine ait Türkiye için yaptığı çalışmada kamu harcamalarından ekonomik büyümeye ve ekonomik büyümeden kamu harcamalarına pozitif bir ilişki saptamıştır.

Yaraşır Tülümce ve Zeren (2017), pozitif kaynaklı Hacker-Hatemi-J Bootstrap Asimetrik Nedensellik Testi ile 1975-2014 dönemi için Türkiye'yi ele aldıkları çalışmada kamunun cari harcamalarından ekonomik büyümeye doğru pozitif bir ilişki gözlenmiştir. Negatif kaynaklı Hacker-Hatemi-J Bootstrap Asimetrik Nedensellik Testi ile yapılan analizde ise toplam kamu harcamalarından ekonomik büyümeye doğru pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Pozitif kaynaklı Hacker-Hatemi-J Bootstrap Asimetrik Nedensellik Testi ile 1975-2014 dönemi için Türkiye'nin ele alındığı çalışmada toplam kamu harcamaları ile ekonomik büyüme ve kamunun transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Awuh (2018), OLS yöntemi ile 1995-2015 döneminde 21 gelişmekte olan ülke için yaptığı çalışmada, kamunun sağlık ve savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi negatif, kamunun sağlık, nakliye, iletişim, tarım ve sermaye harcamalarının ise ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini saptamıştır. Aynı yöntem ve dönem için 24 gelişmiş ülkenin analiz edildiği çalışmada,

kamunun sağlık ve toplam harcamalarının ekonomik büyümeyi negatif; kamunun nakliye, iletişim, tarım ve sermaye harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği bulunmuştur.

Altner (2019), Dumitrescu-Hurlin Panel Simetrik Testi ile 1995-2016 döneminde 27 OECD ülkesi için yaptığı çalışmada kamu sağlık ve kamu savunma harcamalarından ekonomik büyümeye doğru pozitif yönlü bir ilişki ortaya koymuştur. Pozitif Kaynaklı Dumitrescu-Hurlin Panel Asimetrik Testi ile aynı dönem ve aynı ülkeler için yapılan çalışmada kamunun sağlık, eğitim ve savunma harcamaları ve kamunun toplam harcamalarından ekonomik büyümeye doğru pozitif bir ilişki saptanmıştır. Negatif Kaynaklı Dumitrescu-Hurlin Panel Asimetrik Testi ile aynı dönem ve aynı ülkeler için yapılan çalışmada kamu sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme ve toplam kamu harcamaları ile ekonomik büyümeye arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Literatür İncelemesi: Ekonomik Büyümenin Kamu Harcamalarına Etkisi

Ekonomik büyümenin kamu harcamalarını pozitif etkilediğini savunan görüş, Adolf Wagner tarafından ortaya atılan ve “Wagner Kanunu” olarak adlandırılan görüştür.

Ekonomik büyümenin kamu harcamalarına etkisi literatür çalışmalarında pozitif ya da negatif yönlüdür. Ekonomik büyümenin kamu harcamasına etkisinin olmadığını saptayan çalışmalar da bulunmaktadır. Bütün bu çalışmalara bu bölümde değinilmektedir.

Ekonomik büyümenin kamu harcamalarına pozitif etkisi

Karhan (2018), VAR Modeli ile 1989-2017 döneminde BRICS ve Türkiye ülkeleri için kısa ve uzun dönemde; ekonomik büyümeden kamu harcamalarına doğru pozitif bir ilişki saptamıştır.

Dudzevičiūtė v.d. (2018), Granger Nedensellik Analizi ile 1995-2015 döneminde 28 Avrupa Birliği (AB) ülkesini araştırdığı analizde Fransa, Belçika, Almanya, Portekiz ve Yunanistan için ekonomik büyümenin kamu harcamalarını pozitif yönde etkilediğini tespit etmiştir.

Altner (2019), Dumitrescu-Hurlin Panel Simetrik Testi ile 1995-2016 döneminde 27 OECD ülkesi için yaptığı çalışmada ekonomik büyümenin toplam sağlık harcamalarını pozitif etkilediği, kamunun eğitim harcamaları ve ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişkinin söz konusu olduğunu tespit etmiştir. Kamu sağlık ve kamu savunma harcamalarından ekonomik büyümeye doğru pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Gupta ve Shastri (2020), Granger Nedensellik Analizi ile 1980-2015 döneminde Hindistan için yaptığı çalışmada ekonomik büyümenin planlanmayan kamu harcamalarını artırdığını bulmuştur.

Ekonomik büyümenin bazı kamu harcamalarını pozitif ya da negatif etkilemesi ya da ekonomik büyüme ile kamu harcamalarının birbirini karşılıklı etkilemesi durumu

Abu-Bader ve Abu-Qarn (2003) kamu harcamalarının ve kamunun savunma harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini Mısır (1975-1998), İsrail (1967-1998) ve Suriye (1973-1998) için nedensellik analizi ile araştırmıştır. Analiz sonunda İsrail ve Suriye için kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde negatif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Mısır için ise ekonomik büyümeden kamu harcamalarına doğru kısa dönemde negatif bir ilişkinin mevcut olduğu tespit edilmiştir.

Kiraz ve Gümüş (2017), Granger Nedensellik Analizi ile 29 OECD ülkesi için 1995-2013 döneminde ekonomik büyümeden sağlık harcamalarına doğru pozitif bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Aynı analiz yöntemi ve aynı ülke grubu için 1995-2012 dönemi için savunma harcamalarından ekonomik büyümeye ve ekonomik büyümeden kamu harcamalarına pozitif bir ilişki saptanmıştır. Aynı analiz yöntemi ve aynı ülke grubu için 1998-2011 döneminde de eğitim harcamalarından ekonomik büyümeye ve ekonomik büyümeden eğitim harcamalarına pozitif bir ilişki saptamıştır.

Literatür İncelemesi: Kamu Harcamaları ile Ekonomik Büyüme Arasında Karşılıklı İlişkinin Olmaması

Kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasında karşılıklı ilişkinin olması durumu birinci ve ikinci literatür incelemesinde ele alındığından, bu kısımda sadece karşılıklı ilişkinin olmaması durumu ele alınmaktadır.

Arısoy (2005), Granger Nedensellik Testi ile yaptığı çalışmada kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir ilişki saptamamıştır.

Mokoena vd. (2020), çalışmalarında kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir ilişkiye rastlamamıştır.

VERİ SETİ VE EKONOMETRİK YÖNTEM

Bu kısımda; veri seti hakkında bilgi verilmiş, tanımlayıcı istatistik değerlerine bakılmış ve modelin ön testleri yapılmıştır. Modelin ön testlerinin sınanmasından sonra ise model tahmin edilmiş ve çıkan sonuç raporlanmıştır.

Analiz üst orta gelirli Avrupa ve Merkezi Asya ülkelerinden Türkiye, Arnavutluk, Ermenistan, Bulgaristan, Gürcistan, Kazakistan ve Rusya Federasyonu olmak üzere 7 ülkeyi kapsamaktadır. Çalışmada 1988-2017 dönemi için yıllık veriler alınmıştır. Tablo 1'de analizde kullanılan veriler, verilerin alındığı kaynak ve veri tabanı yer almaktadır.

Tablo 1. Analizde Kullanılan Değişkenlerin Açıklamaları, Alındığı Kaynak ve Veri Tabanı

Değişkenler	Alındığı kaynak	Veri tabanı
Kişi Başı Reel GSYİH	Dünya Bankası, Worldbank (WB)	World Development Indicators (WDI)
Kamunun Nihai Tüketim ¹ Harcamalarının GSYİH'e Oranı		
Kamunun Savunma Harcamalarının GSYİH'e Oranı		
Kamunun Eğitim Harcamalarının GSYİH'e Oranı		
Kamunun Sağlık Harcamalarının GSYİH'e Oranı		

Kaynak: The World Bank, (2021). <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&type=metadata&series=FP.CPI.TOTL.ZG#>

Tablo 1 incelendiğinde analizde kişi başı reel GSYİH (GDP), kamunun nihai tüketim harcamalarının GSYİH'e oranı (CE), kamunun savunma harcamalarının GSYİH'e oranı (ME), kamunun eğitim harcamalarının GSYİH'e oranı (EE), kamunun sağlık harcamalarının GSYİH'e oranı (HE) verileri yer almaktadır. Bu veriler, WB resmi internet sitesinde bulunan WDI veri tabanından alınmıştır.

Değişkenlerin GDP, CE, ME, EE ve HE olduğu durumda verilere ait tanımlayıcı istatistik Tablo 2'de bulunmaktadır.

¹ Kamunun tüketim harcamaları; kamunun mal ve hizmet satın almak için yaptığı harcamaları, hizmet ise işgücüne yapılan ödemeleri kapsamaktadır.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama değer	Standart sapma	Minimum	Maksimum	Gözlem sayısı (N)/ gözlenen grup sayısı
GDP	5405.319	3386.807	0.01	14975.09	210/7
LNGDP	3.517799	0.9133242	-2	4.175369	210/7
CE	13.38963	4.142068	0.01	22.87533	210/7
LNCE	1.036248	0.5330847	-2	1.359367	210/7
ME	2.360032	1.566279	0.01	9.159117	210/7
LNME	0.1015187	0.7731389	-2	0.9618536	210/7
EE	1.79481	1.71675	0.01	6.91566	210/7
LNEE	-0.6200017	1.247606	-2	0.8398336	210/7
HE	1.576398	1.467026	0.01	4.490008	210/7
LNHE	-0.5673072	1.179984	-2	0.6522471	210/7

Tablo 2 incelendiğinde bütün değişkenlerin minimum ve maksimum değerleri arasında çok büyük fark olduğu görülmektedir. Bundan dolayı değişkenlerin logaritmaları alınarak minimum ve maksimum değerleri arasındaki fark düşürülmüştür. Böylece

$$\text{Model 1: } \text{LNGDP}_{it} = \alpha_{it} + \beta_{1it} \text{LNCE}_{it} + \beta_{2it} \text{LNME}_{it} + \beta_{3it} \text{LNEE}_{it} + \beta_{4it} \text{LNHE}_{it} + u_{it} \quad (1)$$

$$\text{Model 2: } \text{LNCE}_{it} = \alpha_{it} + \text{LNGDP}_{it} + u_{it} \quad (2)$$

$$\text{Model 3: } \text{LNME}_{it} = \alpha_{it} + \text{LNGDP}_{it} + u_{it} \quad (3)$$

$$\text{Model 4: } \text{LNEE}_{it} = \alpha_{it} + \text{LNGDP}_{it} + u_{it} \quad (4)$$

$$\text{Model 5: } \text{LNHE}_{it} = \alpha_{it} + \text{LNGDP}_{it} + u_{it} \quad (5)$$

olarak yazılmaktadır.

Yapılan çalışma birçok birime (7 ülke) ve birçok döneme (30 yıl) ait verileri kapsadığından panel veri setidir. Panel veri modelleri ile ekonomik ilişkilerin tahmin edilme yöntemi panel veri analizi olarak adlandırılmaktadır. Panel veri ile ilgili çalışmalar ilk olarak Hildreth (1950), Kuh (1959), Grunfeld ve Griliches (1960), Zellner (1962), Balestra ve Nerlove (1966) ve Swamy (1970) tarafından yapılmaya başlanmış ancak uygulamalı olarak panel veri modeli 1990'lı yıllardan itibaren kullanılmıştır (Yerdelen Tatoğlu, 2018: 3). Panel veri modeli, panel veri ile tahmin edilen regresyon modeli olup, regresyon modeli için geçerli olan fonksiyonel şekil, temel varsayımlar ve testler panel veri modelleri için de geçerlidir. N birim sayısının ve T dönem sayısının olduğu ve birimler için i, zaman için t indisinin yer aldığı panel regresyon modeli,

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{it} X_{it} + u_{it} \quad i=1, \dots, N; \quad t=1, \dots, T \quad (6)$$

şeklinde yazılmaktadır. Bu modelde Y bağımlı değişkeni, X bağımsız değişkeni, α sabit parametreyi, β eğim parametresini ve u hata terimini ifade etmektedir. K sayıda parametre başka bir ifade ile değişken sayısının olduğu $k=1, 2, \dots, K$ panel doğrusal regresyon modeli,

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{2it} X_{2it} + \dots + \beta_{kit} X_{kit} + u_{it} \quad (7)$$

kısaltılarak,

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \sum_{k=2}^K \beta_{kit} X_{kit} + u_{it} \quad (8)$$

şeklinde yazılabilir (Güriş 2015: 4-5; Yerdelen Tatoğlu, 2018: 4-5).

Modelin tanımlayıcı istatistiğine bakıldıktan sonra eğim parametrelerinin homojenliğinin sınanması gerekmektedir. Pesaran ve Yamagata (2008), eğim parametrelerinin homojenliğini test etmek amacıyla Swamy testini geliştirerek delta (Δ) testini ortaya çıkarmıştır. Delta testi ile grup tahmincisine uygun olarak yatay kesitte yer alan bireysel eğim tahmincisinin eğim homojenliğindeki dağılımı panel veri modelinde hataların normal dağılımdan bağımsız olarak hesaplanmıştır. Delta testinin Δ ve Δ_{adj} olmak üzere iki ayrı testi bulunmaktadır. Δ testinde N ve T standart normal dağılıma yaklaşırken ($N, T^j \rightarrow \infty$) ve N ve T'nin genişletilmesi ve ($\sqrt{N}/T^2 \rightarrow 0$) kısıtı varken, Δ_{adj} testinde N ve T'nin genişletilmesi veya normal dağılım kısıtı bulunmamaktadır.

Δ testi ;

$$\Delta = \sqrt{N} \frac{N^{-1} \tilde{S} - k}{\sqrt{2k}} \quad (9)$$

Δ_{adj} testi ise

$$\Delta_{adj} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - E(\tilde{Z}_{1T})}{\sqrt{\text{var} \tilde{Z}_{1T}}} \right) \quad (10)$$

şekilde formülize edilmektedir;

Eşitlikte “N” kesit, “T” zaman, “k” açıklayıcı değişken sayısını ve “ \tilde{S} ” Swamy istatistiğini ifade etmektedir. Δ ve Δ_{adj} testlerine ait sıfır hipotezi;

$$H_0: \beta_i = \beta \quad (11)$$

şeklinde yazılır ve yatay kesitte yer alan eğim parametrelerinin eşit ve homojen olduğu, H_1 hipotezinde ise yatay kesitte yer alan eğim parametrelerinin eşit ve homojen olmadığı kabul edilmektedir.

$$H_1: \beta_i \neq \beta \quad (12)$$

şeklinde yazılmaktadır (Pesaran ve Yamagata, 2008: 51-57).

Δ ve Δ_{adj} istatistiklerinin eğim katsayılarının homojen olması durumunu kabul eden sıfır hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde kabul edilmektedir. Tablo 3'te Stata 14 programı tarafından ölçülen eğim parametrelerinin homojenlik testi olan delta testi sonucu yer almaktadır.

Tablo 3. Delta Testi Sonuçları

Modeller	Test	Test istatistiği	Olasılık değeri (p değeri)
Model 1	Δ	8.343	0.000
	Δ_{adj}	9.529	0.000
Model 2	Δ	20.838	0.000
	Δ_{adj}	21.965	0.000
Model 3	Δ	9.667	0.000
	Δ_{adj}	10.190	0.000
Model 4	Δ	-0.477	0.633
	Δ_{adj}	-0.503	0.615
Model 5	Δ	13.442	0.000
	Δ_{adj}	14.169	0.000

Tablo 3'te görüldüğü üzere Model 4 haricinde delta testleri sonuçlarının olasılık değerleri (p) 0.05'den küçüktür. Bu durumda Model 1, Model 2, Model 3 ve Model 5 için H_0 hipotezi, yani eğim parametrelerinin homojen olduğu hipotezi reddedilmektedir. Bunun sonucu olarak bu modeller için eğim parametrelerinin heterojen olduğunu kabul eden H_1 hipotezi kabul edilmektedir. Model 4 için ise eğim parametreleri homojendir.

Birimler arası korelasyon başka bir deyişle yatay kesit bağımlılığı, her bir birim için kurulan eşbütünleşme ya da hata düzeltme modelinin kalıntıları arasında korelasyonun bulunması durumudur (Yerdelen Tatoğlu, 2020: 21, 238). Birimler arası korelasyonu sınamak için T'nin büyük N'nin küçük olduğu durumda Breusch Pagan'ın (1980) LM; N'nin büyük T'nin küçük olduğu durumda Pesaran'ın (2004) CD testi; T'nin ve N'nin büyük olması durumunda da Pesaran vd. (2008) NLM testi kullanılmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2020: 237). Burada T (zaman boyutu) 30; N (birim boyutu)'de 7 olduğundan Breusch Pagan'ın (1980) LM testi kullanılmıştır. Tablo 4'te Stata 14 programında hesaplanan bu testin sonucu yer almaktadır.

Tablo 4. Breusch Pagan'ın (1980) LM Testi Sonucu

Modeller	Test istatistiği	p değeri
Model 1	1118.01	0.0000003
Model 2	1022.306	0.0000001
Model 3	1010.281	0.0000001
Model 4	951.6095	0.0000002
Model 5	922.0142	0.0000006

Tablo 4 incelendiğinde Breusch Pagan'ın (1980) LM testinin p değeri sonucuna göre birimler arası korelasyonun olduğu sonucuna varılmıştır. Zaman serisi ve panel veri setlerinde durağanlık ölçümü birim kök testleri ile yapılmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2013: 199). Eğer seride birimler arası korelasyon varsa ikinci kuşak testler, yoksa da birinci kuşak testler kullanılmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2020: 21). Birimlerarası korelasyon olduğundan dolayı ikinci kuşak testler kullanılmalıdır. İkinci kuşak testler üç gruba ayrılmaktadır. Birinci grupta Levin vd. (2002) tarafından LLC, Harris ve Tzavalis (1999) tarafından geliştirilen HT, Breitung (2000) tarafından geliştirilen Breitung, Hadri (2000) tarafından geliştirilen Hadri, Im vd. (2003) tarafından geliştirilen IPS, Fisher Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF)² ve Choi (2001) tarafından önerilen Fisher Philips ve Perron (Fisher PP³) ve Choi (2001) tarafından önerilen Fisher Genişletilmiş Dickey Fuller (Fisher ADF) panel birim kök testleri bulunmaktadır. İkinci kuşak testlerin ikinci grubunda ise Taylor ve Sarno (1998) tarafından önerilen Çok Değişkenli Genişletilmiş Dickey Fuller (MADF) ve Görünürde İlişkisiz Regresyon Genişletilmiş Dickey Fuller (SURADF⁴) panel birim kök testleri yer almaktadır. İkinci kuşak testlerin üçüncü grubunda bulunan panel birim kök testleri ise Moon ve Perron (2004), Pesaran (2007) tarafından geliştirilen Yatay Kesit Genişletilmiş Dickey Fuller (CADF) ve Pesaran (2007) tarafından geliştirilen Yatay Kesit Genişletilmiş Im vd. (CIPS), Bai ve Ng (2004; 2010) tarafından geliştirilen Kalıntı ve Ortak Faktörlerin Durağanlığının Panel Analizi (PANIC), Pesaran vd. (2013) tarafından geliştirilen Genişletilmiş Sargan ve Bhargava (CSB) ve Reese ve Westerlund (2016) tarafından geliştirilen PANICCA'dır (Yerdelen Tatoğlu, 2020: 67-100). Bu çalışmada CADF panel birim kök testi kullanılmıştır. Bu testin sonuçları Tablo 5'te bulunmaktadır.

² Dickey-Fuller (1979), ADF testinin limit dağılımlarını türetmiştir. MacKinnon (1991, 1996) ise sonlu örneklem için kritik değer buluştur (Bayat, 2011: 52).

³ Fisher PP ve Fisher ADF testleri Choi (2001) ve Maddala ve Wu (1999) tarafından önerilmiştir (Gozgor, 2011: 137).

⁴ Breuer vd. (2001, 2002), çalışmalarında ADF birim kök testi denklemlerinden oluşan denklem sistemini Zellner (1962)'nin önermiş olduğu Görünürde İlişkisiz Regresyon (SUR) yöntemi ile tahmin ederek SURADF yöntemi geliştirmişlerdir (Yılcı ve Canpolat Gökçe, 2020: 399).

Tablo 5. Pesaran CADF Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Test seviyesi	Sabit/trendli	Testin istatistik değeri	p değeri	Karar
LNGDP	Düzye	Sabit	2.555	0.995	I(1)
	İlk Fark	Sabit	-6.809	0.000	
LNCE	Düzye	Sabit	-4.057	0.000	I(0)
LNME	Düzye	Sabit	-6.389	0.000	I(0)
LNEE	Düzye	Sabit	-4.613	0.000	I(0)
LNHE	Düzye	Sabit	-2.596	0.005	I(0)
LNIE	Düzye	Sabit	-2.817	0.002	I(0)

Tablo 5'te panel birim kök testi sonuçları yer almaktadır. Bağımlı değişken olan LNGDP'nin ilk farkta, bağımsız değişkenlerin (LNCE, LNME, LNEE ve LNHE) ise düzeyde durağan oldukları görülmektedir.

Pesaran ve Shin (1995) ile Pesaran vd. (2001) eşbütünleşmeyi test etmek amacıyla ARDL modelini geliştirmişlerdir. ARDL modelinde değişkenler ya durağan (I(0)) olabilir ya da durağan olmayabilir (I(1)) ya da model, durağan ve durağan olmayan değişkenlerden oluşabilir. Kurulan model için yapılan panel birim kök testi sonuçları incelendiğinde bağımlı değişkenin ilk farkta durağan ve bağımsız değişkenlerin ise düzeyde durağan olduğu görülmektedir. Bundan dolayı ARDL yöntemi kullanılmıştır.

Panel ARDL (p, g, g,....., g) modelinde bağımlı ve bağımsız değişkenlerin p. ve q. sıradan gecikmeleri eşitliğin sağ tarafında yer almaktadır. Buna göre panel ARDL modeli aşağıdaki gibi yazılabilir:

$$y_{it} = \mu_i + \sum_{j=1}^{p_i} \lambda_{ij} y_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{q_i} \delta_{ij} x_{i,t-j} + \epsilon_{it} \quad (13)$$

Bu denklemde zaman periyodu $t = 1, 2, \dots, T$ ve gruplar (ülkeler) $i = 1, 2, \dots, N$, μ_i = sabit etkileri, j = gecikme sayısını, x_{it} açıklayıcı değişkenler vektörünü ($k \times 1$), λ_{ij} bağımlı değişkenin gecikmelerine ait katsayıları, δ_{ij} ise ($k \times 1$) katsayılar vektörünü ifade etmektedir. Bilindiği üzere T'nin yeterince büyük olması panel ARDL yönteminde grupların ayrı ayrı çözülebilmelerine olanak vermektedir. Yukarıdaki denklem tekrar düzenlenecek olursa;

$$\Delta y_{it} = \mu_i + \phi_i y_{i,t-1} + \beta_i' x_{i,t} + \sum_{j=1}^{p-1} \lambda_{ij}^* \Delta y_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{q-1} \delta_{ij}^* \Delta x_{i,t-j} + \epsilon_{it} \quad (14)$$

Denklemde yer alan ifadeler şu şekilde açıklanmaktadır:

$$\phi_i = -1(1 - \sum_{j=1}^p \lambda_{ij}) \quad (15)$$

$$\beta_i = \sum_{j=0}^q \delta_{ij} \quad (16)$$

$$\lambda_{ij}^* = \sum_{m=j+1}^p \lambda_{im}, j = 1, 2, \dots, p-1 \quad (17)$$

$$\delta_{ij}^* = -\sum_{m=j+1}^q \delta_{im}, j= 1, 2, \dots, q-1 \quad (18)$$

Bu ifadeler gruplandırılıp yeniden yazılarak hata düzeltme denklemi elde edilebilmektedir.

$$\Delta y_{it} = \mu_i + \phi_i(y_{i,t-1} + \theta_i'x_{i,t}) + \sum_{j=1}^{p-1} \lambda_{ij}^* \Delta y_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{q-1} \delta_{ij}^* \Delta x_{i,t-j} + \epsilon_{it} \quad (19)$$

$$\text{Burada } \theta_i = -\left(\frac{\beta_i}{\phi_i}\right) \quad (20)$$

denklemi y_{it} ve x_{it} arasındaki denge ve uzun dönem ilişkisini tanımlamaktadır. Ayrıca λ_{ij}^* ve δ_{ij}^* açıklayıcı değişkenler ve bağımlı değişkenin kendi gecikmelerine ait kısa dönem katsayıları ifade etmektedir. Son olarak, hata düzeltme katsayısını ifade eden ϕ_i ise x_{it} 'deki bir değişikliği takiben, uzun dönem dengeye doğru y_{it} 'nin ayarlanma hızını ölçer. Uzun dönem ilişkiden söz edebilmek için $\phi_i < 0$ olma şartının sağlanması gerekmektedir. Bu nedenle, istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir ϕ_i 'nin değeri y_{it} ile x_{it} arasındaki eşbütünleşme kanıtı olarak ele alınmaktadır (Mamun vd., 2013: 569-570).

Tablo 6'da Model 1 için, Tablo 7'de Model 2 için, Tablo 8'de Model 3 için, Tablo 9'da Model 4 için, Tablo 10'da Model 5 için ARDL tahmin sonuçları yer almaktadır. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Akaike Bilgi Kriteri (AIC) kullanılmıştır.

Tablo 6. Model 1 için ARDL Tahmin Sonucu

(Model 1: $\text{LN}GDP_{it} = \alpha_{it} + \beta_{1it} \text{LN}CE_{it} + \beta_{2it} \text{LN}ME_{it} + \beta_{3it} \text{LN}EE_{it} + \beta_{4it} \text{LN}HE_{it} + u_{it}$)

Bağımlı Değişken: $\Delta \text{LN}GDP$		
Optimum Gecikme Uzunluğu [1, 1, 1, 1, 1]		
Uzun Dönem Eşitliği		
Değişkenler	Katsayı	t istatistiği (p)
LNCE	0.657957	3.119548 (0.0021)
LNME	-0.061870	-3.607022 (0.0004)
LNEE	-0.028841	-2.261575 (0.0250)
LNHE	0.120632	9.384022 (0.0000)
Kısa Dönem Eşitliği		
Hata Düzeltme Terimi	-0.279136	-1.855734 (0.0653)
$\Delta(\text{LN}CE)$	0.138014	0.567941 (0.5709)
$\Delta(\text{LN}ME)$	-0.014359	-0.406280 (0.68)
$\Delta(\text{LN}EE)$	0.003835	0.941757 (0.3837)
$\Delta(\text{LN}HE)$	-0.021590	-1.174480 (0.3635)
Sabit	0.889394	1.859150 (0.9147)

Model 1 için uzun dönemde LNGDP bağımlı değişkenini, bütün değişkenlerin değiştirdiği saptanmıştır. Bunun sebebi bu değişkenlerin p değerinin 0.05'den küçük olmasıdır. LNCE değişkeninin %1'lik artışı LNGDP değişkenini yaklaşık %0.66 oranında, LNHE değişkeninin %1'lik artışı ise LNGDP değişkenini yaklaşık %0.12 oranında artırmaktadır. Bunun anlamı; kamunun tüketim ve sağlık harcamalarındaki artışın ekonomik büyümeyi olumlu etkilemesidir. Kamunun yaptığı tüketim ve sağlık harcamaları toplam talepte artışa neden olmaktadır. Bu da reel sektöre olan para akışını artırabilmekte ve ekonomik büyümeye pozitif yansımaktadır. LNME değişkeninin %1'lik artışı LNGDP değişkenini yaklaşık %3.61 oranında, LNEE değişkeninin %1'lik artışı ise LNGDP değişkenini yaklaşık %2.26 oranında artırmaktadır. Bunun anlamı; kamunun savunma ve eğitim harcamaları ekonomik büyümeyi olumsuz etkilemektedir.

Hata düzeltme teriminin negatif ve anlamlı çıkması, değişkenlerde kısa ve uzun dönem arasında hata düzeltme sisteminin işlediğini göstermektedir (Yamak ve Erdem, 2018: 342). Bu analizde hata düzeltme terimi negatif ancak anlamsız çıkmıştır. Bu da kısa ve uzun dönem arasında hata düzeltme sisteminin işlemediğini göstermektedir. Kısa dönemde hiçbir değişkenin ekonomik büyüme üzerine etkisi tespit edilmemiştir.

Tablo 7. Model 2 için ARDL Tahmin Sonucu

$$(Model\ 2:\ LNCE_{it} = \alpha_{it} + LNGDP_{it} + u_{it})$$

Bağımlı Değişken: $\Delta LNCE$		
Optimum Gecikme Uzunluğu [1,1]		
Uzun Dönem Eşitliği		
Değişkenler	Katsayı	t istatistiği (p)
LNGDP	0.240748	3.923843 (0.0001)
Kısa Dönem Eşitliği		
Hata Düzeltme Terimi	-0.368420	-4.835849 (0.0000)
$\Delta(LNGDP)$	-0.150853	-0.633637 (0.5271)
Sabit	0.084301	3.952485 (0.0001)

Model 2 incelendiğinde; uzun dönemde kamunun nihai tüketim harcamalarında görülen %1'lik bir artış ekonomik büyümeyi %0.24 oranında artırmaktadır. Hata düzeltme terimi negatif ve anlamlı çıkmıştır, ancak kısa dönemde kamunun nihai tüketim harcamalarının ekonomik büyümeye anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilememiştir. Uzun dönemde ortaya çıkan sonuç, ekonomik büyümenin kamunun nihai tüketim harcamalarına olumlu yansıdığını göstermektedir. Bu durum, tüketim, yatırım ya da net ihracat yoluyla ekonomik büyümede ortaya çıkabilecek iyileşme ile birlikte kamunun da mal ve hizmet alımını artıracakları ile açıklanabilmektedir.

Tablo 8. Model 3 için ARDL Tahmin Sonucu

(Model 3: $LNME_{it} = \alpha_{it} + LNGDP_{it} + u_{it}$)

Bağımlı Değişken: $\Delta LNME$		
Optimum Gecikme Uzunluğu [1,3]		
Uzun Dönem Eşitliği		
Değişkenler	Katsayı	t istatistiği (p)
LNGDP	0.155950	3.089657 (0.0023)
Kısa Dönem Eşitliği		
Hata Düzeltme Terimi	-0.546599	-3.210277 (0.0016)
$\Delta(LNGDP)$	0.307045	0.494565 (0.6215)
$\Delta(LNGDP(-1))$	-0.126949	-0.626327 (0.5319)
$\Delta(LNGDP(-2))$	0.326156	0.684308 (0.4947)
Sabit	-0.159949	-1.966756 (0.0508)

Model 3'e bakıldığında; kamunun savunma harcamalarında görülen %1'lik bir artışın ekonomik büyümeyi %0.16 oranında artırdığı görülmektedir. Hata düzeltme terimi negatif ve anlamlıdır. Kısa dönemde kamunun savunma harcamalarının ekonomik büyümeye anlamlı bir etkisinin olduğu saptanmamıştır.

Tablo 9. Model 4 için ARDL Tahmin Sonucu

(Model 4: $LNEE_{it} = \alpha_{it} + LNGDP_{it} + u_{it}$)

Bağımlı Değişken: $\Delta LNEE$		
Optimum Gecikme Uzunluğu [1,1]		
Uzun Dönem Eşitliği		
Değişkenler	Katsayı	t istatistiği (p)
LNGDP	0.257219	1.087895 (0.2780)
Kısa Dönem Eşitliği		
Hata Düzeltme Terimi	-0.489056	-8.723167 (0.0000)
$\Delta(LNGDP)$	1.540863	0.614056 (0.5399)
Sabit	-0.686715	-6.846844 (0.0000)

Model 4'te hata düzeltme terimi negatif ve anlamlı çıkmıştır, ancak uzun ve kısa dönemde kamunun savunma harcamalarının ekonomik büyümeye anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 10. Model 5 için ARDL Tahmin Sonucu

(Model 5: $LNHE_{it} = \alpha_{it} + LNGDP_{it} + u_{it}$)

Bağımlı Değişken: $\Delta LNHE$		
Optimum Gecikme Uzunluğu [1,1]		
Uzun Dönem Eşitliği		
Değişkenler	Katsayı	t istatistiği (p)
LNGDP	0.459395	0.971902 (0.3323)
Kısa Dönem Eşitliği		
Hata Düzeltme Terimi	-0.105368	-11.20413 (0.0000)
$\Delta(LNGDP)$	1.628223	1.766642 (0.0789)
Sabit	-0.164428	-6.639873 (0.0000)

Model 5 incelendiğinde; hata düzeltme terimi negatif ve anlamlı çıkmıştır, ancak uzun ve kısa dönemde kamunun sağlık harcamalarının ekonomik büyümeye %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

SONUÇ

Kamunun nihai tüketim, sağlık, eğitim ve savunma harcamaları gibi gerçekleştirdiği harcamalar toplam talepte bir artışa neden olmaktadır. Bu harcamalar reel sektörde canlılık oluşturarak milli gelirden ve böylece ekonomik büyümede önemli bir yer tutmaktadır.

1988-2017 dönemine ait Türkiye, Arnavutluk, Ermenistan, Bulgaristan, Gürcistan, Kazakistan ve Rusya Federasyonu olmak üzere 7 ülkenin verileri yardımıyla kamu harcamaları türleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin Panel-ARDL yardımıyla araştırıldığı çalışmada kamunun nihai tüketim ve kamunun sağlık harcamalarından ekonomik büyümeye doğru pozitif bir ilişki saptanmıştır. Buna göre ilgili harcamalar türleri için Keynesyen görüşün geçerli olduğu söylenebilir. Böylece bu bulgu literatürde yer alan Ram (1986), Ghali (1999), Pula ve Elshani (2018), Karhan (2018), Dudzevičiūtė vd.'nin (2018) İsviçre ve Slovakya ülkeleri için bulduğu sonuç ve Taminselvan ve Manjula (2019), Kunwar (2019), Ahuja ve Pandit (2020), Mose (2020) ve Ansari vd.'nin (2021) çalışmalarının sonuçları ile uyumaktadır. Buna ek olarak kamunun savunma ve kamunun eğitim harcamalarından ekonomik büyümeye doğru ise negatif bir ilişki mevcuttur. Burada da klasik görüş, arz yanlı iktisat görüşü, kamu tercihi teorisi, rasyonel beklentiler teorisi ve monetarist teoriyi destekleyen ve kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi azalttığını savunan teorik görüşler desteklenmektedir. Bunu yanında bu sonuç, literatürde bulunan Barro (1990), Deverajan vd.'nin (1996), kamunun savunma ve altyapı harcamaları için

bulduğu sonuç, Shahid vd. (2013) ve Chirwa ve Odhiambo'nun (2016) çalışmalarının sonuçları ve Hasnul'un (2015) kamunun konut harcamaları için bulduğu sonuçlar ile benzerlik göstermektedir.

Model 2'de ekonomik büyümenin kamunun nihai tüketim harcamalarını, Model 3'de ise ekonomik büyümenin kamunun savunma harcamalarını pozitif etkilediği saptanmış ve böylece bu modellerde Wagner yasasının geçerli olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu ise literatürdeki Karhan (2018), Dudzevičiūtė v.d.'nin (2018) Fransa, Belçika, Almanya, Portekiz ve Yunanistan için bulduğu sonuç ve Altiner (2019) ve Gupta ve Shastri'nin (2020) sonuçları ile uyum göstermektedir. Genel olarak bakıldığında ise kamunun nihai harcamaları ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde karşılıklı olarak pozitif bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, Işık ve Alagöz (2005), Yaraşır Tülümce ve Zeren'in (2017) Pozitif Kaynaklı Hacker-Hatemi-J Bootstrap Asimetrik Nedensellik Testi yardımıyla toplam kamu harcamaları ile ekonomik büyüme ve kamunun transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında bulduğu karşılıklı pozitif ilişkinin sonuçları ile uyum göstermektedir. Altiner'in (2019) Negatif Kaynaklı Dumitrescu-Hurlin Panel Asimetrik Testinde kamunun sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme ve toplam kamu harcamaları ile ekonomik büyümeye arasında pozitif yönlü karşılıklı ilişkinin sonuçları ile uyum göstermektedir. Kiraz ve Gümüş'ün (2017) ise eğitim harcamalarından ekonomik büyümeye ve ekonomik büyümeden eğitim harcamalarına olan karşılıklı ilişkisinin sonucu ile benzerlik göstermektedir. Kamunun nihai tüketim harcaması yoluyla ekonomik büyümeyi artırması, mal veya hizmet alımı yoluyla nihai tüketim harcamasında bulunan devletin reel sektörün yatırımlarını artırarak ekonomik büyümeyi desteklemesi olarak gösterilebilmektedir. Kamunun sağlık harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif etkilemesinin sebebi olarak; sağlıklı bireylerin sağlıklı beşeri sermaye ve böylece sağlıklı üretim kaynağı anlamına geldiği ve böylece ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği gösterilebilir. Ekonomik büyümenin kamunun nihai tüketim harcamalarını ve savunma harcamalarını pozitif etkilemesi ise ekonomik büyüme ile gelir, servet ve harcama üzerinden alınan vergilerin artması sonucu kamunun bu vergi gelirlerini devletin mal ve hizmet alımı ve iç ve dış güvenliği sağlama amacı için kullanması ile açıklanabilmektedir.

Geniş zaman aralığı sayesinde dinamik zaman serisinin uygulandığı bu çalışma, kamu harcama türlerini tek tek ele alarak objektif bir bakış açısı sağlamıştır. Aynı zamanda literatürde az olarak görülen ekonomik büyümeden kamu harcamalarına ve kamu harcamalarından ekonomik büyümeye olan ilişkiyi araştırarak literatüre çok boyutlu bir durum kazandırmıştır. Bundan sonraki çalışmalar için daha büyük ülke grubunun alındığı dinamik panel analizi yapılabilir.

Politika yapıcılar uzun dönemli maliye politikalarında; kamunun nihai tüketim ve sağlık harcamalarını artırarak ekonomik büyümeye ivme kazandırabilirler.

KAYNAKLAR

- Abu-Bader, S. ve Abu-Qarn, A. S. (2003). Government expenditures, military spending and economic growth: causality evidence from Egypt, Israel, and Syria. *Journal of Policy Modeling*. 25 (6-7), 567-583.
- Ahuja, D. ve Pandit, D. (2020). Public Expenditure and Economic Growth: Evidence from the Developing Countries. *FIIB Business Review*. 9 (3), 228-236.
- Altınar, A. (2019). OECD Ülkelerinde Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Simetrik ve Asimetrik Nedensellik Analizi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 33 (3), 849-870.
- Ansari, M. A. vd. (2021). Public Expenditure and Economic Development: New Evidence from the BRICS-SAARC-ASEAN Region. *Theoretical and Applied Economics*. XXVIII, 2 (627), 155-174.
- Arısoy, İ. (2005). Wagner ve Keynes Hipotezleri Çerçevesinde Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 14 (2), 63-80.
- Awuh, V. E. (2018). *The Composition of Public Expenditure: Does It Matter for Economic Growth?* Submission for the Master of Science Degree in International and Development Economics. The University of San Francisco, 1-35.
- Bai, J. ve Ng, S. (2004). A Panic Attack on Unit Roots and Cointegration. *Econometrica*. 72 (4), 1127-1177.
- Bai, J. ve Ng, S. (2010). Panel Unit-Root Tests with Cross Section Dependence: A Further Investigation. *Econometric Theory*. 26, 1088-1114.
- Balestra, P. ve Nerlove, M. (1966). Pooling Cross Section and Time Series Data in the Estimation of a Dynamic Model: The Demand for Natural Gas. *Econometrica*. 34 (3), 585-612.
- Barro, R. J. (1990). Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth. *Journal of Political Economy*. 98, 103-125.
- Bayat, T. (2011). Türkiye’de Fisher Etkisinin Geçerliliği: Doğrusal Olmayan Eşbütünleşme Yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 38, 47-60.
- Breitung, J. (2000). *The Local Power of Some Unit Root Tests for Panel Data, in Advances in Econometrics*, Vol. 15: Nonstationarity Panels and Dynamic Panels, Baltagi, B.H. (Ed.), 161-177. JAI Press. Amsterdam.
- Breuer vd. (2001). Misleading Inferences from Panel Unit-Root Tests with an Illustration from Purchasing Power Parity. *Review of International Economics*, 9(3), 482-493.
- Breuer vd. (2001). Series-Specific Unit Root Test with Panel Data. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 64 (5), 527-546.
- Breusch, T. S. ve Pagan, A. (1980). The Lagrange Multiplier and Its Applications to Model Specification in Econometrics. *Review of Economic Research*. 47 (1), 239-253.
- Chirwa, T.G ve Odhiambo, N.M. (2016). What Drives Long-Run Economic Growth? Empirical Evidence from South Africa. *Economia Internazionale/International Economics, Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Genova*. 69 (4), 429-456.

- Choi, I. (2001). Unit Root Tests for Panel Data. *Journal of International Money and Finance*. 20, 249-272.
- Deverajan, S. vd. (1996). The Composition of Public Expenditure and Economic Growth. *Journal of Monetary Economics*. 37 (2), 313-344.
- Dickey, D. ve Fuller, W. (1979). Distribution Of The Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*. 74, 427- 431.
- Dudzevičiūtė, G. vd. (2018). Government Expenditure and Economic Growth in the European Union Countries. *International Journal of Social Economics*. 45 (2), 372-386.
- Edizdoğan, N. vd. (2011). *Kamu Maliyesi*. Ekin Yayın Dağıtım. 3. Baskı. Bursa.
- Fisher, R. A. (1932). *Statistical Methods for Research Workers*. Oliver and Boyd. 4th Edition. London.
- Getzner, M. ve Neck, R. (2002). Die Entwicklung der Staatsausgaben in Österreich, in E. Theurl (Ed.), *Kompandium der österreichischen Finanzpolitik*. Innsbruck: Österreich.
- Ghali, K. H. (1999). Government Size and Economic Growth: Evidence from a Multivariate Cointegration Analysis. *Applied Economics*. 31 (8), 975-987.
- Gozgor, G. (2011). Panel Unit Root Tests of Purchasing Power Parity Hypothesis: Evidence from Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*. 61, 136-140.
- Grunfeld, Y. ve Griliches, Z. (1960). Is Aggregation Necessarily Bad?. *Review of Economics and Statistics*. 42 (1), 1-13.
- Gupta, R. ve Shastri, S. (2020). Public Expenditure and Economic Growth in India: An Empirical Analysis Using Vector Autoregression (VAR) Model. *Journal of Business and Economics Review*. 5 (2), 45-58.
- Güriş, S. (2015). Panel Veri Modelleri. S. Güriş (Ed.), *Stata ile Panel Veri Modelleri içinde* (ss. 3-38). İstanbul: Der Yayınları.
- Hadri, K. (2000). Testing for Stationarity in Heterogeneous Panel Data. *The Econometrics Journal*, 3 (2), 148-161.
- Handler, H. (2006). Staatsausgaben und Wirtschaftswachstum in Europa. Der Beitrag der Öffentlichen Ausgaben zur Lissabon-Strategie. *Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung WIFO*. 1-146.
- Harris, R. ve Tzavalis, E. (1999). Inference for Unit Roots in Dynamic Panels Where the Time Dimension is Fixed. *Journal of Econometrics*. 91 (2), 201-226.
- Hasnul, A. G. (2015). The Effects of Government Expenditure on Economic Growth: The Case of Malaysia. *MPRA Paper*. 71254,
- Hildreth, C. (1950). Combining Cross-Section Data and Time Series. *Cowles Commission Discussion Paper*. No. 347, 1-13
- Im, K. S. vd. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels. *Journal of Econometrics*. 115 (1), 53-74.
- Işık, N. ve Alagöz, M. (2005). Kamu Harcamaları ve Büyüme Arasındaki İlişki. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 24, 63-75.

- Karhan, G. (2018). The Relationship between Public Expenditure and Economic Growth: A Panel VAR Approach. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 19 (2), 35-43.
- Kiraz, H. ve Gümüş, E. (2017). Kamu Harcamalarının Büyümeye Etkisi: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Araştırma. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*. 54 (631), 9-22.
- Kuh, E. (1959). The Validity of Cross-Sectionally Estimated Behaviour Equations in Time Series Applications. *Econometrica*. 27, 197-214.
- Kunwar, K. B. (2019). Impact of Government Expenditure of Nepal: ARDL Approach. *Contemporary Research: An Interdisciplinary Academic Journal*. 3 (1), 33-40.
- Levin, A. vd. (2002). Unit Roots Tests In Panel Data: Asymptotic and Finite Sample Properties. *Journal of Econometrics*. 108, 1-24.
- Mackinnon, J. (1991). Critical Values For Cointegration Tests in Long-Run Economic Relationships. *New York Oxford University Press*. 266-276.
- Mackinnon, J. (1996). Numerical Distribution Functions for Unit Root and Cointegration Tests. *Journal of Applied Econometrics*. 11, 601-618.
- Maddala, G.S. and Wu, S. (1999). A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and a New Simple Test. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 61, 631-652.
- Mamun, M. A. vd. (2013). A Dynamic Panel Analysis of CSR in Bangladeshi Banking Industry. *Asian Economic and Financial Review*. 3 (5), 560-578.
- Mokoena, S. K. vd. (2020). The Nexus between Public Expenditure and Economic Growth. *Euro Economica*. 39 (2), 135-144.
- Moon, H. R. ve Perron, B. (2004). Testing for a Unit Root in Panels with Dynamic Factors. *Journal of Econometrics*. 1, 81-126.
- Mose, N. G. (2020). Government Sectoral Expenditure and Economic Growth. *African Journal of Economics and Sustainable Development*. 3 (3), 32-42.
- Nadaroğlu, H. (2000). *Kamu Maliyesi Teorisi*. Beta Yayınevi. 11. Baskı. İstanbul.
- Ogar, A. vd. (2019). Public Expenditure and Economic Growth in Nigeria: VAR Approach. *European Journal of Economic and Financial Research*. 3 (3), 36-60.
- Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels. *Cambridge Working Papers in Econometrics*. 435, 1-39.
- Pesaran, M. H. (2004). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross-Section Dependence. *Journal of Applied Econometrics*. 22, 265-312.
- Pesaran, M. H. ve Shin, Y. (1995). An Autoregressive Distributed Lag Modelling Approach to Cointegration Analysis. *Cambridge Working Papers in Econometrics*. 9514, 1-33.
- Pesaran, M. H. vd. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*. 16, 289-326.
- Pesaran, M. H. vd. (2008). A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross Section Independence. *Econometrics Journal*. 11, 105-127.

- Pesaran, M. H. vd. (2013). Panel Unit Root Test in the Presence of a Multifactor Error Structure. *Journal of Econometrics*. 175, 94-115.
- Pesaran, M. H. ve Yamagata, T. (2008). Testing Slope Homogeneity in Large Panels. *Journal of Econometrics*. 142, 50-93.
- Pula, L. ve Elshani, A. (2018). Role of Public Expenditure in Economic Growth: Econometric Evidence from Kosovo 2002-2015. *Baltic Journal of Real Estate Economics and Construction Management*. 6, 74-87.
- Ram, R. (1986). Government Size and Economic Growth: A New Framework and Some Evidence from Cross-Section and Time-Series Data. *The American Economic Review*. 76 (1), 191-203.
- Reese, S. ve Westerlund, J. (2016). Panicka: Panic on Cross-Section Averages. *Journal of Applied Econometrics*. 31, 961-981.
- Shahid, A. vd. (2013). The Composition of Public Expenditures and Economic Growth: Evidence from Pakistan. *International Journal of Social Economics*. 40 (11), 1010-1022.
- Soubbotina, T. P. ve Sheram, K. A. (2000). *Beyond Economic Growth: Meeting the Challenges of Global Development*. The Worldbank. Washington, USA.
- Swamy, P. A. (1970). Efficient Inference in a Random Coefficient Regression Model. *Econometrica*, 38 (2), 311-322.
- Taminselvan, M. ve Manjula, V. (2019). A Study on Causality Testing between Public Expenditure and Economic Growth. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6 (4), 1-6.
- Tanzi, V. ve Schuknecht, L. (1997). Reforming Government: An Overview of Recent Experience. *European Journal of Political Economy*, 13, 395-417.
- Taylor, M. ve Sarno, L. (1998). The Behavior of Real Exchange Rates During the Post-Bretton Woods Period. *Journal of International Economics*. 46 (2), 281-312.
- Ulusoy, A. ve Zengin, A. (1998). *Türkiye’de Kamu Ekonomisi ve Mali Kriz*. XII. Uluslararası Maliye Sempozyumu Bildiri Kitabı içinde (ss. 297-326). İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Yayınları. İstanbul.
- Uremadu, S. vd. (2019). Testing Relationship between Government Current Expenditures and Economic Growth in Nigeria. *Theoretical Economics Letters*. 9, 584-604.
- Wagner, A. (1893). *Grundlegung der Politischen Ökonomie. Teil 1: Grundlagen der Volkswirtschaft*. C. F. Wintersche Verlagshandlung. Leibzig, Germany.
- WB (2021). The World Bank <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&type=metadata&series=FP.CPI.TOTL.ZG#>, (Erişim: 29.12.2021).
- Yamak, R. ve Erdem, H. F. (2018). Türkiye Ekonomisinde Armeý Eğrisi Geçerli midir?. *International Journal of Economic and Administrative Studies*. Prof Dr. Harun Terzi Özel Sayısı, 335-346.
- Yaraşır Tülümce, S. ve Zeren, F. (2017). Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Asimetrik Nedensellik Testi ile Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*.13 (2), 299-310.

- Yerdelen Tatoğlu, F. (2013). *İleri Panel Veri Analizi Stata Uygulamalı*. Beta Yayınları. 2. Baskı. İstanbul.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2018). *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı*. Beta Yayınları. 4. Baskı. İstanbul.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2020). *Panel Zaman Serileri Analizi*. Beta Yayınları. 3. Baskı. İstanbul.
- Yılcı, V. ve Canpolat Gökçe, E. (2020). OECD Ülkelerinde Yakınsama Hipotezinin Geçerliliği: Kalıntılarla Genişletilmiş Panel Fourier SURADF Birim Kök Testi. *Sosyoekonomie*. 28 (44), 395-407.
- Yılmaz, Ö. ve Kaya, V. (2005). Kamu Harcama Çeřitleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 5 (9), 257-271.
- Zellner, A. (1962). An Efficient Method of Estimating Seemingly Unrelated Regressions and Tests for Aggregation Bias. *Journal of American Statistical Association*. 57, 348-368.

SPORCULARDA ALGILANAN FİNANSAL DURUM VE SPORTİF ÜRÜNLERE YÖNELİK ANLIK SATIN ALMA DAVRANIŞI İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

Muharrem Alparslan Kurudirek
Dr.Öğr. Üyesi, Kurum: Atatürk
Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi
e-mail: akurudirek@atauni.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5549-6902

Muhammet İrfan Kurudirek
Dr.Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi,
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu,
e-mail: İrfan.kurudirek@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7902-8978

Burak Karababa
Arş. Gör., Erzurum Teknik Üniversitesi,
Spor Bilimleri Fakültesi
e-mail:burak.karababa@erzurum.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5873-5796

DOI : 10.47358/sentez.2022.29
Makale Türü : Araştırma
Gönderim Tarihi: 18.01.2022
Kabul Tarihi: 25.02.2022

Bu makaleye atıfta bulunmak için:
Kurudirek, M. A. vd. (2022). Sporcularda
Algılanan Finansal Durum Ve Sportif
Ürünlere Yönelik Anlık Satın Alma
Davranışı İlişkisinin İncelenmesi. ETÜ
Sentez İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi.
Sayı: 7, 25-38.

Öz: Bu çalışma sporcularda algılanan finansal durum ve sportif ürünlere yönelik anlık satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Sporcuların algılanan finansal durumlarını incelemek için “algılanan finansal durum ölçeği” kullanılmıştır. Sporcuların anlık satın alma davranışlarını incelemek için “ anlık satın alma davranışı ölçeği “ kullanılmıştır. Toplanan verilere ait bilgiler SPSS programına işlendikten sonra bazı ilişkiyel karşılaştırmalar için Mann-Whitney U testi, bazı ilişkiyel karşılaştırmalar için Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Katılımcıların gelir gruplarına göre Algılanan Finansal Durum Ölçeği ve Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeği puan ortalamalarının karşılaştırılması sonucunda Algılanan Finansal Durum Ölçeğinde 0-999₺ aralığındaki gelir grubunda yer alan katılımcıların, 2000₺ ve üzeri gelir grubundaki katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer yandan Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeğinde ise 2000₺ ve üzeri gelir grubundaki katılımcıların, 0-999₺ aralığındaki gelir grubunda yer alan katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksek olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Finansal Durum, Anlık Satın Alma Davranışı, Dürtü

Jel Kodları: A, A10, G10

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP OF FINANCIAL STATUS PERCEIVED BY ATHLETES AND INSTANT PURCHASE BEHAVIOR OF SPORTS GOODS

Muharrem Alparslan Kurudirek
Assit. Prof., Ataturk University, Faculty
of Spor Science,
e-mail: akurudirek@atauni.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5549-6902

Muhammet Irfan Kurudirek
Assit. Prof., Artvin Coruh University,
High school of Physical Education and
Sports,
e-mail: İrfan.kurudirek@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7902-8978

Burak Karababa
Asist., Erzurum Technic University,
Faculty of Spor Science,
e-mail: burak.karababa@erzurum.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5873-5796

DOI : 10.47358/sentez.2022.29
Article Type : Research
Application Date: 01.18.2022
Admission Date: 02.25.2022

To cite this article:
Kurudirek, M.A., Kurudirek, M. I. and
Karababa, B. (2022) . Examination of
The Relationship of Financial Status
Perceived by Athletes and Instant
Purchase Behavior of Sports Goods. ETU
Synthesis Journal of Economic and
Administrative Sciences. Issue: 7, 25-38

This article was checked by



Abstract: This study aims to examine the relationship between the perceived financial status of athletes and impulse buying behavior for sports products. The “perceived financial situation scale” was used to examine the perceived financial status of the athletes. “Immediate buying behavior scale” was used to examine the impulse buying behavior of the athletes. After the information of the collected data was processed into the SPSS program, the Mann-Whitney U test was used for some relational comparisons and the Kruskal Wallis H test for some relational comparisons. As a result of the comparison of the Perceived Financial Situation Scale and Immediate Purchasing Behavior Scale mean scores according to the income groups of the participants, it is seen that the participants in the income group of 0-999₺ in the Perceived Financial Situation Scale are statistically significantly higher than the participants in the income group of 2000₺ and above. On the other hand, in the Impulse Purchase Behavior Scale, it is seen that the participants in the income group of 2000₺ and above are statistically significantly higher than the participants in the income group between 0-999₺.

Keywords : Perceived Financial Situation, Instant Purchase Behavior, Impulse

Jel Classification : A, A10, G10

GİRİŞ

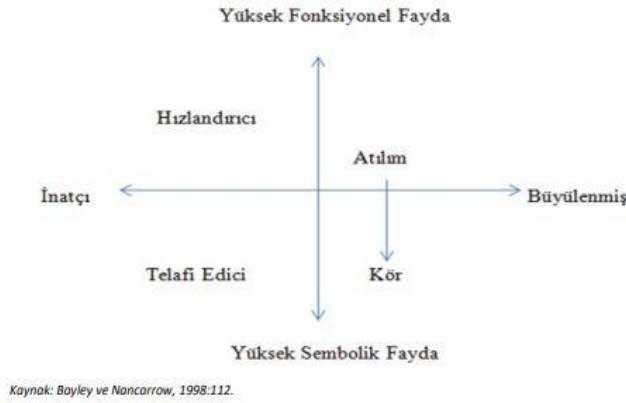
İnsan davranışlarının temelinde ihtiyaçların karşılanması dürtüsü yatmakta olup, dolayısı ile davranışların birçoğu dürtülere bağlı olarak gerçekleşmektedir (Rook, 1987:189). İnsana özgü bir davranış türü olan ve ihtiyaçları karşılama amacıyla gerçekleştirilen satın alma davranışı da, dürtülere bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Önceden planlanmış bir satın alma niyeti içermeyen, hemen satın almaya yönelik aniden oluşan ve kuvvetli bir istek olarak ortaya çıkan ve hedonik (hazcı) duygu birleşiminin bir sonucu olarak gerçekleşen satın alma davranışı ise; “anlık satın alma” olarak adlandırılmaktadır (Beatty ve Ferrel, 1998:170; Rook, 1987:191). Rook ve Hoch (1985) anlık satın almayı, “harekete geçmek için kesin ve spontane bir arzu” ile gerçekleşen bir satın alma çeşidi olarak ifade etmiştir. Diğer bir tanıma göre ise anlık satın alma, “mağaza içerisinde verilen karar ile satın alma” şeklindedir (Cobb ve Hoyer, 1986: 385). Piron (1991:512) anlık satın almayı bir uyarana maruz kalındığında ortaya çıkan, anında karar alınan ve planlı olmayan bir satın alma türü olarak tanımlamaktadır. Anlık satın alma davranışının en belirgin özelliği; satın almaya yönelen dürtü ve satın alma kararının alışveriş ortamında ve/veya esnasında ortaya çıkmasıdır. Tüketici alışveriş ortamında veya esnasında, ürünü görür görmez etkilenmekte ve satın alma isteği uyanmaktadır (Kuzudişli, 2012:79). Bu bağlamda anlık satın almanın özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Rook ve Fisher, 1995:306):

- ✓ Anlık satın alma planlanmamış bir satın alma biçimidir,
- ✓ Ani şekilde gerçekleşir,
- ✓ Planlama olmadığı için gelişigüzel yapılmaktadır,
- ✓ Arzu uyandırıcı bir hisle yapılır,
- ✓ Düşünmeden gerçekleştirilir,
- ✓ Sonuçları hesaplanmadan satın alma yapılır,
- ✓ Zamana ve sürece bağlı kalınmaksızın derhal ve hemen bir alım söz konusudur,
- ✓ Heyecan verici bir eylemdir,
- ✓ Tanımlanması mümkün olmayan dürtü veya güdü ile gerçekleşir.

Ülkemizde de anlık satın almaya olan eğilim, yapılan çalışmalarla ortaya konmaya çalışılmıştır. Türkiye’de yapılan bir araştırmaya göre, tüketicilerin %78’i anlık ve bilinçsiz olarak satın alma davranışı sergilemektedir (Altunışık ve Mert, 2003). Kuzudişli’nin (2012) yaptığı araştırmaya göre de tüketicilerin %40,4’ü alışveriş sırasında ne alacağına karar vererek anlık alışveriş yapmaktadır. Youn ve Faber (2000)’in çalışmasında, anlık satın almayı tetikleyen 15 işaret olduğu bulunmuştur. Bu işaretler iki boyutta incelenmiş, buna göre ilk boyut çevresel ve duygusal boyut olarak ifade edilmiştir. Bu boyuttaki işaretler; “reklam”, “görsel unsurlar”, “giyim ve görünüm”, “yemek”, “fiyat”, “promosyon” ve “müzik”ten oluşmaktadır. İkinci boyut ise araştırmaya katılanların duygusal durumlarıyla ilgilidir. Bu boyutta ise, “olumlu duygular”, “bastırılmış duygular” ve “acı veren duygular” gibi işaretler yer almaktadır. Hem olumlu hem de olumsuz bu duyguların anlık satın almanın potansiyel tetikleyicileri olduğu görülmektedir. Bellenger vd. (1978), anlık satın alma oranlarının ürün gruplarına göre değiştiğini ortaya koymuştur. Buna göre; kadın iç çamaşırı grubunda anlık satın alma oranı % 27 iken, erkek

spor/gündelik giyimde % 36, kadın spor giyimde % 54, pastane ürünlerinde % 55, moda mücevheratında ise % 62 olabilmektedir. Coley ve Burgess (2003) de çalışmasında; kadın ve erkek katılımcılar arasında, gömlek/kazak, iç çamaşırı, aksesuar, elektronik eşya, CD/DVD, sağlık/güzellik ürünleri, dergi/kitap gibi ürün sınıflarının anlık satın alınması açısından farklılık olduğunu saptamıştır.

Bayley ve Nancarrow (1998), çalışmalarında anlık satın almayı yüksek fonksiyonel fayda ve yüksek sembolik fayda olmak 2 unsurlu düzlemde göstermişlerdir.



Grafik 1. Satın Alma Fonksiyonu
(Kaynak: Bayley ve Nancarrow; 1998)

Anlık satın almayı gösteren iki boyutlu haritaya göre anlık satın alma dört gruba ayrılmaktadır (Bayley ve Nancarrow, 1998: 110-111).

Hızlandırıcı Dürtü: Tüketici gelecekte ihtiyaç duyacağını düşündüğü ürünleri gördüğünde stoklamak için satın alır. **Telafi Edici Dürtü:** Zorlu bir görevi başarmanın ödülü olarak ruh halini iyileştirici veya satın almada ki başarısızlıktan dolayı özsaygıyı korumak için telafinin yapılmasıdır.

Atılım Dürtüsü: Geçmişten gelen memnuniyetsizliği ve anlaşmazlığı çözmek için harekete geçen dürtüdür. Bu dürtü sonucunda tüketici hayatını değiştirebilecek yüksek harcamalar yapabilir.

Kör Dürtü: Herhangi bir işlev veya maliyet kısıtlamasından bağımsız olarak, ürün tarafından kör edilme hissidir. Fonksiyonel değildir.

Tüketicilerin günlük hayatta karşılaştıkları birçok etken onları satın almaya yönlendirmektedir. Bu bağlamda işletmelerin ürün veya hizmetleri ile ilgili tüketicilere göndermiş olduğu mobil reklamların anlık satın alma davranışı üzerinde ki etkisi belirlenmeye çalışılmaktadır.

Algı, duyu organlarımızca taşınan duyuşsal verileri örgütleyip yorumlamaktadır. İnsanların çevresindeki yer alan uyaranlara anlam verme sürecidir (Arkonaç, 1998: 65). Algılanan Finansal Durum; algılanan finansal iyi olma durumu ve algılanan finansal sıkıntı olmak üzere iki alt boyutta

ele alınmıştır. Literatür taramasında, “Financial Well-being” kavramının Türkçe literatüre farklı tercümelemlerle aktarıldığı tespit edilmiştir. Bireyin kendini finansal açıdan iyi durumda hissetmesi olarak da tanımlanabilecek olan finansal iyi olma hali, literatürde sıklıkla kullanılan finansal stres teriminin negatif karşılığı (zıttı) olarak değerlendirilmektedir (Prawitz, vd. 2006). Finansal iyi olma hali, kişinin kendini ve ailesini ekonomide karşılaşılabileceği işsiz kalma, borçlanma, iflas etme, yoksulluk içinde yaşama gibi risklere karşı korunmuş olarak, güvende ve yeterli hissetmesidir (Taft, Hosein, Mehrizi & Roshan, 2013). Bireylerin, toplam gelirlerinin toplam yükümlülüklerini karşılayamaması hali olarak ifade edilebilir. Bireyler finansal yetkinlik ya da finansal bilgi eksikliği nedeniyle bu sorunla karşılaşmaktadırlar. Küresel finansal piyasalarda yaşanan krizlerin en önemli nedenini hane halkları ve işletmelerin finansal sıkıntılarının artması ve kötü alınan finansal kararların etkili olmasıdır. Yönetilemeyecek ölçüde büyük borçlanmaya dayanan kötü finansal tercihler, finansal krizleri meydana getirmektedir (Mc Carthy 2011:6, akt: Eraslan, 2020). Gerekli tedbirlerin alınmaması durumunda, gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan tüm ülkelerde önemli bir sorun olarak ortaya çıkan bu sorunlar toplumun temel taşı olarak ifade edilen birey ve aileleri finansal açıdan olumsuz etkileyecek bu durumda krizleri meydana getirerek, hem ülke ekonomilerini hem de global ekonomiyi finansal açıdan çok olumsuz etkileyecektir (Eken 2006 :76-77 akt: Eraslan, 2020).

YÖNTEM

Araştırma Kasım-Aralık 2021 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırma evrenini Ankara, Antalya, Ardahan, Artvin, Bitlis, Bolu, Burdur, Çanakkale, Düzce, Erzurum, Erzincan, İstanbul, Kastamonu ve Mersin olmak üzere Türkiye'nin çeşitli illerinde aktif spor yapan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem grubu ise çalışmaya katılma noktasında gönüllü olacak olan en az 312 kişidir. Araştırmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu, Norvilitis ve ark. tarafından 2003 yılında geliştirilen, Türkçe uyarlaması ise Eraslan tarafından 2020 yılında yapılan Finansal Sıkıntı Ölçeği ve Weun ve ark. tarafından 1997 geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Çimli tarafından 2021 yılında yapılan Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 20 uygulamasında istatistiksel analizlere tabi tutulacaktır. Söz konusu istatistikler verinin normal dağılım gösterip göstermemesine bağlı olarak parametrik ya da non parametrik yöntemle incelenmiştir. Etik kurul onayı Atatürk Üniversitesi Rektörlüğü Spor Bilimleri Fakültesi Dekanlığının Fakültemiz Etik Kurulunun 17.11.2021 tarihli oturumunda alınan E-70400699-050.02.04-2100316289 sayılı kararı ile alınmıştır.

BULGULAR

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların çoğunun erkek (n=226, %72,4) olduğu, bireysel sporlarla uğraştıkları (n=160, %51,3) ve aylık gelirlerinin 0-999₺ arasında olduğu (n=174, %55,8) görülmektedir. Öte yandan katılımcıların çoğunun 19-21 yaş aralığında olduğu (n=166, %53,2) ve 6-10 yıl arası sporla uğraştıkları görülmektedir (n=150, %48,1).

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Erkek	226	72,4
	Kadın	86	27,6
Branş	Bireysel Sporlar	160	51,3
	Takım Sporları	152	48,7
Gelir (₺)	0-999	174	55,8
	1000-1999	76	24,4
	2000 ve üzeri	62	19,9
Yaş	18 ve altı	50	16,0
	19-21	166	53,2
	22-24	66	21,2
	25 ve üzeri	30	9,6
Branş Yaşı (Yıl)	1-5	92	29,5
	6-10	150	48,1
	11 ve üzeri	70	22,4
Toplam		312	100

Tablo 2. Katılımcıların Algılanan Finansal Durum (AFDÖ) ve Anlık Satın Alma Davranışı (ASDÖ) Ölçek Ortalamaları

Ölçek	n	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
AFDÖ	312	1.00	5.00	3.25	.778
ASDÖ	312	1.00	5.00	2.56	.644

Tablo incelendiğinde katılımcıların Algılanan Finansal Durum Ölçeği ortalama değerlerinin $3,25 \pm ,778$, Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeği ortalama puanlarının ise $2,56 \pm ,664$ olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Algılanan Finansal Durum (AFDÖ) ve Anlık Satın Alma Davranışı (ASDÖ) Ölçek Ortalamalarının Karşılaştırılması (Mann-Whitney U Testi)

Faktör	Değişken	N	Sıra Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	Z	P
AFDÖ	Erkek	226	154.92	35011	9360	-.504	.614
	Kadın	86	160.66	13817			
ASDÖ	Erkek	226	151.63	34269	8618	-1.556	.120
	Kadın	86	169.29	14559			

Tablo incelendiğinde katılımcıların cinsiyetlerine göre Algılanan Finansal Durum Ölçeği ve Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeği puan ortalamalarının karşılaştırılması sonucunda gruplar

arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılığa rastlanmamıştır. Bununla birlikte hem Algılanan Finansal Durum Ölçeği hem de Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeğinde kadınların erkeklerden daha yüksek sıra ortalamalarına sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Spor Branşlarına Göre Algılanan Finansal Durum (AFDÖ) ve Anlık Satın Alma Davranışı (ASDÖ) Ölçek Ortalamalarının Karşılaştırılması
(Mann-Whitney U Testi)

Faktör	Değişken	N	Sıra Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	Z	P
AFDÖ	Bireysel	160	158.80	25408.00	11792	-.463	.643
	Takım	152	154.08	23420.00			
ASDÖ	Bireysel	160	153.59	24574.00	11694	-.589	.556
	Takım	152	159.57	24254.00			

Tablo incelendiğinde katılımcıların spor branşlarına göre Algılanan Finansal Durum Ölçeği ve Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeği puan ortalamalarının karşılaştırılması sonucunda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılığa rastlanmamıştır. Bununla birlikte Algılanan Finansal Durum Ölçeğinde bireysel sporlarla uğraşan katılımcıların, Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeğinde ise takım sporlarıyla uğraşan katılımcıların daha yüksek sıra ortalamalarına sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Gelir Gruplarına Göre Algılanan Finansal Durum (AFDÖ) ve Anlık Satın Alma Davranışı (ASDÖ) Ölçek Ortalamalarının Karşılaştırılması
(Kruskal Wallis H Testi)

Faktör	Değişken	N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	p	Fark
AFDÖ	0-999	174	165.37	2	5.998	.050	3<1
	1000-1999	76	155.53				
	2000 ve üzeri	62	132.79				
ASDÖ	0-999	174	149.32	2	6.170	.046	3>1
	1000-1999	76	152.42				
	2000 ve üzeri	62	181.66				

Tablo incelendiğinde katılımcıların gelir gruplarına göre Algılanan Finansal Durum Ölçeği ve Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeği puan ortalamalarının karşılaştırılması sonucunda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılıklara rastlanmıştır. Çoklu karşılaştırma sonucuna göre Algılanan Finansal Durum Ölçeğinde 0-999₺ aralığındaki gelir grubunda yer alan katılımcıların, 2000₺ ve üzeri gelir grubundaki katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı biçimde

daha yüksek sıra ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Diğer yandan Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeğinde ise 2000₺ ve üzeri gelir grubundaki katılımcıların, 0-999₺ aralığındaki gelir grubunda yer alan katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksek sıra ortalamasına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Algılanan Finansal Durum (AFDÖ) ve Anlık Satın Alma Davranışı (ASDÖ) Ölçek Ortalamalarının Karşılaştırılması (Kruskal Wallis H Testi)

Faktör	Değişken	N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	p	Fark
AFDÖ	18 ve altı	50	144.94	3	1.747	.626	-
	19-21	166	156.31				
	22-24	66	166.98				
	25 ve üzeri	30	153.77				
ASDÖ	18 ve altı	50	154.10	3	.139	.987	-
	19-21	166	155.80				
	22-24	66	158.08				
	25 ve üzeri	30	160.90				

Tablo incelendiğinde katılımcıların yaş gruplarına göre Algılanan Finansal Durum Ölçeği ve Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeği puan ortalamalarının karşılaştırılması sonucunda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılığa rastlanmamıştır. Bunun yanında Algılanan Finansal Durum Ölçeğinde en yüksek sıra ortalamasının 22-24 yaş aralığındaki katılımcılara, en düşük sıra ortalamasının ise 18 ve altı yaş grubunda yer alan katılımcılara ait olduğu görülmektedir. Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeğinde ise en yüksek sıra ortalamasının 25 ve üzeri yaş grubundaki katılımcılara, en düşük sıra ortalamasının ise 18 ve altı yaş grubunda yer alan katılımcılara ait olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Branş Yaşlarına Göre Algılanan Finansal Durum (AFDÖ) ve Anlık Satın Alma Davranışı (ASDÖ) Ölçek Ortalamalarının Karşılaştırılması (Kruskal Wallis H Testi)

Faktör	Değişken	N	Sıra Ortalaması	sd	X ²	p	Fark
AFDÖ	1-5	92	167.39	2	3.422	.181	-
	6-10	150	157.05				
	11 ve üzeri	70	141.01				
ASDÖ	1-5	92	139.72	2	5.044	.080	-
	6-10	150	160.71				

	11 ve üzeri	70	169.53				
--	-------------	----	--------	--	--	--	--

Tablo incelendiğinde katılımcıların branş yaşlarına göre Algılanan Finansal Durum Ölçeği ve Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeği puan ortalamalarının karşılaştırılması sonucunda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılığa rastlanmamıştır. Bunun yanında Algılanan Finansal Durum Ölçeğinde en yüksek sıra ortalamasının 1-5 yıl arası süredir spor yapan katılımcılara, en düşük sıra ortalamasının ise 11 ve üzeri yıldır spor yapan katılımcılara ait olduğu görülmektedir. Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeğinde ise en yüksek sıra ortalamasının 11 ve üzeri yıldır spor yapan katılımcılara, en düşük sıra ortalamasının ise 1-5 yıl arası süredir spor yapan katılımcılara ait olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Algılanan Finansal Durum ile Anlık Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişki (Spearman Korelasyon Testi)

Anlık Satın Alma Davranışı		
Algılanan Finansal Durum	Spearman's rho	-.068
	p	.233
	N	312

Tablo incelendiğinde Algılanan Finansal Durum ile Anlık Satın Alma Davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma sporcularda algılanan finans durumları ve sportif ürünlere yönelik anlık satın alma davranışı ilişkisinin incelenmesi amacıyla yapılmış olup ilgili literatür incelendiğinde sportif ürün ve anlık satın alma ilişkisinin incelendiği çalışmalara rastlanmamıştır. Katılımcıların Gelir Gruplarına Göre Algılanan Finansal Durum (AFDÖ) ve Anlık Satın Alma Davranışı (ASDÖ) Ölçek Ortalamalarının Karşılaştırıldığı tablo incelendiğinde Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeğinde 2000₺ ve üzeri gelir grubundaki katılımcıların, 0-999₺ aralığındaki gelir grubunda yer alan katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksek sıra ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Günümüz ekonomik koşulları da göz önüne alındığında artan gelir düzeyinin anlık satın alma davranışında belirleyici bir unsur olduğu söylenebilir. Yine araştırmada elde edilen kadın katılımcıların algılanan finansal durum ve anlık satın alma davranışında erkek katılımcılara oranla yüksek sıra ortalamasına sahip olması sportif ürünlere kadınlara sunulan ürünlerin çeşit olarak fazla olmasıyla, algılanan finans durumunda ise kadınların sporda erkeklerden daha az gelir etmesiyle açıklayabiliriz. Ülkemizdeki sportif gelir dağılımının büyük çoğunluğunu takım sporları oluşturmaktadır. Araştırmada elde edilen Algılanan Finansal Durum Ölçeğinde bireysel sporlarla uğraşan katılımcıların, Anlık Satın Alma Davranışı Ölçeğinde ise takım sporlarıyla uğraşan katılımcıların daha yüksek sıra ortalamalarına sahip oldukları sonucu takım sporlarında sürekli değişen/güncellenen forma ve aksesuarlarla açıklanabilir. Algılanan Finansal Durum Ölçeğinde en yüksek sıra ortalamasının 1-5 yıl arası süredir spor yapan katılımcılara, en düşük

sıra ortalamasının ise 11 ve üzeri yıldır spor yapan katılımcılara ait olduğu bulgusu ise spora yeni başlayan bireylerin gelir elde etme gücünü ve/veya düşük ücretler elde etmesiyle açıklanabilir.

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre algılanan finansal durum ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmemiştir. Eraslan 2000, tarafından müşteriler üzerinde yapılan bir çalışmada cinsiyet değişkenine göre algılanan finansal durum ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu çalışmamız ile paralellik göstermektedir. Bunun nedeni olarak finansal açıdan iyi veya kötü olma durumunda cinsiyet faktörünün bir belirleyiciliği olmadığı düşünülebilir.

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülemediği görülmüştür. Armağan ve ark. (2019)'nın yapmış oldukları bir çalışmada cinsiyet değişkenine göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir. Kadın katılımcıların anlık satın almaya ilişkin ortalama değer puanları, erkek katılımcıların ortalama değer puanlarından istatistiksel olarak farklılaşmaktadır. Ulaşılan bulgu doğrultusunda; araştırmaya katılan kadınların, erkeklerden daha fazla anlık satın alma davranışı sergilediklerini söylemek mümkündür. Başka bir çalışmaya göre katılımcıların cinsiyet değişkenine göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülemediği (Arslan, 2018). Özden (2021), tarafından tüketicilerin benlik kurgusu ve anlık satın alma eğilimi arasındaki ilişkisi üzerine yaptığı bir çalışmada katılımcıların cinsiyet değişkenine göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülemediği görülmüştür. Başka bir çalışmaya göre katılımcıların cinsiyet değişkenine göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde kadınların erkeklerden daha çok satın alma davranışı gösterdiği sonucuna varılmıştır (Karaca ve ark. 2018). Anlık satın alma davranışı kadın veya erkek bireylerin anlık olarak dikkatlerini çekebilecek nesnelere varlığının değişkenlik göstermesi nedeniyle zaman zaman kadın bireylerin dikkatini çeken nesnelere varlığının çok olması kadın katılımcıların daha çok anlık satın alma davranışı sergileyebileceklerini, zaman zaman ise erkek bireylerin dikkatini çeken nesnelere varlığının çok olması erkek bireylerin daha çok anlık satın alma davranışı sergileyebileceklerini gösterebilecekleri düşünülebilir. Bazı zaman ve mekanlarda ise dikkat çekici nesnelere her iki cinsin de yakın oranda ilgisini çekmesinden dolayı anlık satın alma davranışının her iki cinsiyet içinde aynı eşikte olduğu görülebilir.

Katılımcıların spor branşlarına göre algılanan finansal durum ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülemediği görülmüştür. Literatürde yapılan incelemede spor branşlarına göre algılanan finansal durum ortalamalarına ait herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmamızın özgün değerini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların spor branşlarına göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülemediği görülmüştür. Literatürde yapılan incelemede spor branşlarına göre algılanan finansal durum ortalamalarına ait herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmamızın özgün değerini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların gelir grupları değişkenine göre algılanan finansal durum ortalamaları incelendiğinde 0-999₺ aralığındaki gelir grubunda yer alan katılımcıların, 2000₺ ve üzeri gelir grubundaki katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksek sıra ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Eraslan 2000, tarafından müşteriler üzerinde yapılan bir araştırmada gelir düzeyi düşük bireylerin, gelir düzeyi yüksek bireylere göre algıladıkları finansal sıkıntı artmaktadır. Bu çalışmamız ile paralellik göstermektedir. Bunun nedeni olarak gelir aralığı düşük katılımcıların finansal olarak sıkıntı yaşadıkları zaman dilimlerinin gelir aralığı yüksek bireylere oranla daha fazla olmasından kaynaklandığı düşünülebilir.

Katılımcıların gelir grupları değişkenine göre Anlık Satın Alma Davranışı ortalamaları incelendiğinde 2000₺ ve üzeri gelir grubundaki katılımcıların, 0-999₺ aralığındaki gelir grubunda yer alan katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksek sıra ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Armağan ve ark. (2019)'nın yılında yapmış oldukları bir çalışmada katılımcıların gelir grupları değişkenine göre anlık satın alma davranışları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Bu çalışmamız ile ters düşmektedir. Özden (2021), tarafından tüketicilerin benlik kurgusu ve anlık satın alma eğilimi arasındaki ilişkisi üzerine yaptığı bir araştırmada katılımcıların gelir durumu değişkenine göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde aylık bireysel geliri 5001-8000 TL, 8001 -11000 TL arasında ve 11000 TL üzeri olan katılımcıların anlık satın alma puan ortalamaları, aylık bireysel geliri 2021 TL'den az ve 2021-5000 TL arasında olan katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı olarak daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu çalışmamız ile paralellik göstermektedir. Bunun nedeni olarak gelir grubu yüksek olan katılımcıların gelir grubu düşük olan katılımcılara göre daha fazla satın alma gücüne sahip olmaları, anlık satın alma davranışının gerçekleşeceği ortamlarda katılımcı için gereğinden fazla ihtiyacı olmasa dahi satın alma gücünün yüksek olmasından dolayı birçok nesneye içgüdüsel olarak istemli veya istemsiz bir biçimde yöneleceğinden kaynaklandığı düşünülebilir.

Katılımcıların yaş gruplarına göre algılanan finansal durum ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılığa rastlanmamıştır. Eraslan 2000, tarafından müşteriler üzerinde yapılan bir araştırmada yaş değişkenine göre algılanan finansal durum ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu çalışmamız ile paralellik göstermektedir. Yaş gruplarının finansal olarak iyi olma veya finansal açıdan sıkıntılı olma hali için bir belirleyiciliği olmadığı düşünülmektedir.

Katılımcıların yaş gruplarına göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülemediği. Armağan ve ark. (2019)'nın yapmış oldukları bir çalışmada katılımcıların yaş değişkenine göre anlık satın alma davranışları incelendiğinde, yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir. 33-37 yaş grubundaki katılımcıların 38-42 yaş grubundaki katılımcılardan, 23-27 yaş grubundaki katılımcıların 28-32 yaş grubundaki katılımcılardan ve 18-22 yaş grubundaki katılımcıların 28-32 yaş grubundaki katılımcılardan anlık satın alma düzeylerinin istatistiksel olarak yüksek olduğu görülmektedir. Bu bizi çalışmamız ile ters düşmektedir. Özden (2021), tarafından tüketicilerin benlik kurgusu ve anlık satın alma eğilimi arasındaki ilişkisi üzerine yaptığı bir araştırmada

katılımcıların yaş değişkenine göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde 18-25 ve 26-35 yaş gruplarında bulunan katılımcıların anlık satın alma puan ortalamaları, 56+ yaş grubunda bulunan katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur. Başka bir araştırmaya göre katılımcıların cinsiyet değişkenine göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde 18- 25 Yaş grubu ile 26-35 Yaş grubu ve 56-65 Yaş grubu arasında farklılıklar olduğu; 18-25 Yaş grubunun bu iki gruba göre daha çok satın alma davranışı gösterdiği sonucuna varılmıştır (Karaca ve ark. 2018). Bizim çalışmamıza katılan katılımcılardan alınan verilerin istatistiki ortalamaları neticesinde düşünüldüğünde yaş gruplarının anlık satın alma davranışı faktörü için bir belirleyiciliği olmadığı düşünülmektedir. Fakat literatürdeki benzer çalışmalara bakıldığında daha genç yaş gruplarındaki katılımcıların anlık satın alma davranışı ortalamalarının daha yaşlı yaş grubundaki bireylere göre istatistiki olarak yüksek olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak genç yaş grubundaki bireylerin ihtiyaç ve isteklerinin fazla olması, yaş grup aralıkları fazla olan bireylerde yaşın ve yaşanmışlıkların vermiş olduğu doyum ve olgunluk hissinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Katılımcıların branş yaşlarına göre algılanan finansal durum ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılığa rastlanmamıştır. Literatürde yapılan incelemede spor branşlarına göre algılanan finansal durum ortalamalarına ait herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmamızın özgün değerini ortaya koymaktadır. Branş yaşlarının algılanan finansal durum üzerinde bir belirleyiciliği olmadığı düşünülmektedir.

Katılımcıların branş yaşlarına göre anlık satın alma davranışı ortalamaları incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülemediği görülmüştür. Literatürde yapılan incelemede spor branşlarına göre anlık satın alma davranışı ortalamalarına ait herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmamızın özgün değerini ortaya koymaktadır. Branş yaşlarının anlık satın alma davranışı üzerinde bir belirleyiciliği olmadığı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Altunışık, R. ve Mert, K. (2003). Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerindeki Satın alma Davranışları Üzerine Bir Saha Çalışması: Tüketiciler Kontrolü Yitiriyor mu?" http://www.ampd.org/images/tr/Arastirmalar/Makaleler/tuketici_kontrolu.pdf, (Erişim: 20.08.2012).
- Arkonaç, S.A., (1998). *Psikoloji: Zihin Süreçleri Bilimi*. Alfa Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- Armağan, E., Danışman, E., ve Öngen, H. B. (2019). Sanal Mağaza Atmosferinin Anlık Satın Almaya Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(1), 29-49.
- Arslan, B. (2018). Demografik Faktörler Bağlamında Anlık Satın Alma Davranışındaki Farklılıklar. *Econharran*, 2(2), 57-75.
- Bayley, G., Nancarrow, C. (1998). Impulse purchasing: A Qualitative Exploration Of The Phenomenon. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 1(2), 99-114.
- Beatty, S. E., & Ferrell M. E. (1998). Impulsive Buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74 (2), 169-191.
- Bellenger, D. E., Robertson D. H. ve Hirschman, E.C. (1978). Impulse Buying Varies by Product. *Journal of Advertising Research*, 8; 15-18.
- Cobb, C. ve Hoyer, W. (1986). Planned Versus Unplanned Purchase Behavior. *Journal of Retailing*, 62(4), 384-409.
- Coley, A. ve Burgess, B. (2003). Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 7(3); 282-295.
- Eraslan, H. A, (2020). *Müşterilerin Finansal Durumları Finansal Okuryazarlık Algılanan Finansal Durum Ve Yaşamdan Memnuniyet İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*, İstanbul Kültür Üniversitesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Karaca, Ş., UMUT, M. Ö., & Yemez, İ. (2018). Özel Gün İndirimlerinin Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Iğdir University Journal of Social Sciences*, 16.
- Kuzudişli, C. (2012). *Mağaza İçerisinde Geçirilen Zamanla Plansız Satın Alma*, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Özden, A. T. (2021). Tüketicilerin Benlik Kurgusu Ve Anlık Satın Alma Eğilimi Arasındaki İlişki. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(2), 483-505.
- Piron, F. (1991). Defining impulse purchasing. *Advances in Consumer Research*, 18, 1 , 509-514.
- Prawitz, A., Garman, E., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Kim, J. ve Drentea, P. (2006). Incharge Financial Distress/ Financial Well-Being Scale: Development, Administration, and Score Interpretation. *Financial Counseling And Planning*, 17(1), 34-50.
- Rook D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14, 189-199.

- Rook, D. W. and Fisher R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior, *Journal of Consumer Research*, 22, 305-313.
- Rook, D.W. ve Hoch, S.J. (1985). Consuming Impulses. *Advances in Consumer Research*, 12 (1), 7-23.
- Taft, M., Hosein, Z., Mehrizi, S. & Roshan, A. (2013). The Relation Between Financial Literacy, Financial Wellbeing And Financial Concerns. *International Journal Of Business And Management*, 8(11), 63-75.
- Youn, S. ve Faber, R. J. (2000). Impulse Buying Its Relation to Personality Traits and Cues. *Advances in Consumer Research*, 27; 179-185

REEL DÖVİZ KURLARINDA BALON VAR MIDIR? SEÇİLMİŞ GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Mercan Hatipoğlu
Doç. Dr., Çankırı Karatekin
Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, İşletme Bölümü e-mail:
mercanhatipoglu@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3307-5458

DOI : 10.47358/sentez.2022.30
Makale Türü : Araştırma
Gönderim Tarihi: 02/02/2022
Düzeltilme Tarihi: 20/03/2022
Kabul Tarihi: 24/03/2022

Bu makaleye atıfta bulunmak için:
Hatipoğlu, M. (2022). Reel Döviz
Kurlarında Balon Var Mıdır? Seçilmiş
Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir
Araştırma. ETÜ Sentez İktisadi ve
İdari Bilimler Dergisi. Sayı: 7, 39-52 .



Öz: Bu makalenin amacı gelişmekte olan piyasalar kategorindeki Türkiye, Hindistan, Endonezya Rusya, Malezya ve Brezilya ülkelerinin reel döviz kurlarındaki balon oluşumlarını araştırmaktır. Çalışmada yöntem olarak Eküs Genişletilmiş Dickey – Fuller testinden yararlanılmıştır. Veriler aylık frekansta olup, 1994:01 ile 2021:11 dönemi arasını kapsamaktadır. Bulgular Türk Lirası ve Hindistan Rupisi reel kurlarında balon oluşmadığını göstermiştir. Diğer ülkelerde ise 1997 Asya Krizi ile 2008 Küresel Kriz sırasında ve sonrasında balon oluşumu gözlemlenmiştir. Bununla beraber gelişmekte olan ülkelerin reel döviz kurlarında son yıllarda herhangi bir finansal balona rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Döviz kuru balonu, EGDF, Gelişmekte olan Ülkeler

Jel Kodları: C1, F3, G11.

ARE THERE BUBBLES IN REAL EXCHANGE RATES? A RESEARCH ON SELECTED DEVELOPING COUNTRIES

Mercan Hatipoglu
Assoc. Prof., Çankırı Karatekin
University, Faculty of Economics and
Administrative Science, Department
of Business,
e-mail: mercanhatipoglu@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3307-5458

DOI : 10.47358/sentez.2022.30
Article Type : Researche
Application Date: 02/02/2022
Revision Date: 03/20/2022
Admission Date: 03/24/2022

To cite this article:
Hatipoglu, M. (2022). Are There
Bubbles In Real Exchange Rates? A
Research On Selected Developing
Countries. ETU Synthesis Journal of
Economic and Administrative
Sciences. Issue: 7, 39-52 .

This article was checked by



Abstract: The aim of this article is to investigate the speculative bubbles in the real exchange rates of Turkey, India, Indonesia, Russia, Malaysia and Brazil in the emerging market category. The right-tailed unit root (sup Augmented Dickey-Fuller (EGDF) test is used in the research. The data are on a monthly frequency and cover the period between 01-1994 and 11-2021. Findings indicated that there was no bubble in the real exchange rates of Turkish Lira and Indian Rupee. In other countries, bubble formation was observed during and after the 1997 Asian Crisis and 2008 Global Crisis. However, no any financial bubble has been encountered in the real exchange rates of developing countries in recent years.

Keywords : C1, F3, G11

Jel Classification : Foreign Exchange Bubbles, EGDF, Developing countries

GİRİŞ

1970'lerin başında, Bretton-Woods sabit döviz kuru sisteminin çökmesinin ardından birçok ülke döviz fiyatının belirlenmesini piyasaya bırakmış ve o tarihten itibaren dünyada birçok döviz krizi yaşanmaya başlamıştır. 1976 yılındaki sterlin krizinden başlayarak, 2008 küresel finans krizine kadarki uzunca bir dönemde yaşanan uluslararası finansal krizler ister istemez döviz kurallarının beklentilerin ötesinde fiyatlanmasına yol açmıştır (Bettendorf ve Chen, 2013). Döviz kurlarındaki yükselişlerin bazı eşik değerleri aşması, döviz piyasasında balonlaşmanın önünü açarken balon söndüğünde, reel ekonomide faaliyet gösteren birçok şirket iflasın eşiğine gelmektedir (Afşar vd., 2019). Finansal balon süreci, bir varlığın fiyatının değerlendirme yöntemlerinin sonuçlarından uzak bir biçimde hızla arttığı durumdur. Böyle zamanlarda varlık fiyatları ileride düşmek üzere yükselmektedir (Phillips vd., 2011). Eğer bir döviz kurunda balon varsa, parite esas olması gereken (fundamental) fiyatlardan farklı olacaktır. Böyle durumlarda para ve maliye politikaları kuru balonlardan kurtarmaya çalışacak şekilde tasarlanmalıdır (Flood ve Hodrick, 1990). Çünkü reel döviz kuru genellikle uluslararası rekabet gücünün bir ölçüsü olarak kabul edildiği için, birçok gelişmekte olan ülke reel döviz kuru hedeflemesi politikası izlemektedir (Chowdhury, 2004). Ayrıca bu tarz reel döviz kuru balonları ekonomi ve ticaret dünyasının kararlarını yanlış yönlendirebilirler ve aynı zamanda finansal dalgalanmalara yol açabilirler (Maldonado vd., 2021). Dolayısıyla döviz piyasasındaki balonları tespit etmek önem arz etmektedir. Uzun dönemde döviz kuru hareketleri; ülkeler arası göreceli fiyat düzeyi, ticaret bariyerleri, ithalat/ihracat performansı ve üretkenlik gibi faktörler tarafından belirlenmektedir. Şöyle ki, yerel ülkedeki genel fiyatlar düzeyi, rakip ülkelere göre yüksek ise, yerel ülkenin döviz kuru değer kaybedecektir. Öte yandan, yerel ülke rakip ülkelerin mallarına uygulanacak vergileri artırırsa ya da onlara kota uygulamaya başlarsa, o zaman da yerel ülkenin döviz kuru değer kazanacaktır. Yine, yerel ülkenin ihracat ürünlerine talebin artması yerel para biriminin değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Üretkenlik uluslararası ticareti yapılan malların maliyetlerini düşüreceği için, yerel ülkenin ihracat talebi artacak dolayısıyla yerel para birimi değerli hale gelecektir (Mishkin, 2016: 466-477). Kısa dönemde döviz kurunun belirleyicileri ise arz-talep ilişkisi çerçevesinde belirlenen varlık fiyatlarıdır. Çünkü döviz kuru, yerel varlıkların (banka mevduatı, hisse senedi, tahvil, bono) yabancı para cinsinden değerini ifade etmektedir. Bugünkü dünyada portföy yatırımları tutar olarak mal ticaretini aştığı için kısa vadede yerel ülkenin varlıklarına talebin artması, yerel döviz kurunun değerli hale gelmesine yol açacaktır (Mishkin, 2016: 478). Döviz kurlarında balon oluşumu ise çeşitli ekonometrik testler yardımı ile

anlaşılmaktadır. Bu testlerden birisi de Philips vd., (2011) tarafından geliştirilen Eküs Genişletilmiş Dickey – Fuller (EGDF) testidir. Bu test finansal zaman serilerinde birim kök hipotezini test etmek için kullanılan ADF testinin belli bir gözlem aralığında yapılan çeşitli simülasyonlar ile tekrarlanan regresyon modeline dayanmaktadır. Ancak burada sınanan hipotez seride patlayıcı davranış eğilimi var mıdır şeklinde yapılmaktadır (Gökçe ve Güler, 2020). Çalışmamızda EGDF testinden faydalanarak gelişmekte olan ülke kategorisinde yer alan Endonezya, Rusya, Türkiye, Malezya, Hindistan ve Brezilya'nın reel döviz kurlarında herhangi bir balon oluşup oluşmadığı araştırılmıştır. Reel döviz kuru, bir ülkenin para birimi değerini, başlıca ticaret ortaklarının para birimlerinin ağırlıklı ortalamasını esas alarak diğer ülkeler ile karşılaştırır. Bir ülkenin reel döviz kurudaki artış, ihracatının daha pahalı hale geldiğini ve ithalatının ucuzladığının göstergesidir. Bu durum, reel döviz kuru yükselen ülkenin ticari rekabet gücünü kaybettiği anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, reel döviz kuru bir ülkenin ticaret ortaklarıyla karşılaştırıldığında uluslararası rekabet gücünü ifade ettiği için iktisat politikaları açısından önem arz etmektedir (Catão, 2007). Çalışmanın bundan sonraki bölümleri sırasıyla, literatür, veri ve model, bulgular ve sonuç bölümlerinden oluşmaktadır.

LİTERATÜR

Reel döviz kurunun nasıl belirlendiğini veya döviz kurlarında balonların nasıl oluştuğunu araştıran çalışmalar literatürde mevcuttur. Örneğin, Bergvall (2004) Danimarka ve Norveç için reel döviz kurundaki uzun vadeli hareketlerin en önemli belirleyicisinin dış şoklar olduğunu, Finlandiya ve İsveç için reel döviz kurundaki uzun vadeli varyansın çoğunun talep şokları tarafından açıklandığını VAR modeli ile tespit etmiştir. Visser (1989) ise döviz kurları kısa dönemde sermaye hareketleri ile belirlenirken, uzun dönemde satın alma paritesi geçerli olmaktadır. Çünkü sermaye akışları yani iki farklı ülkenin finansal varlıklarının el değiştirmesi, döviz kurunu saatler hatta dakikalar içinde etkileyebilirken, cari işlemler hesabının tepki vermesi için daha fazla zamana ihtiyaç vardır. Oreiro (2005) ise finansal liberalizasyon ve sürü davranışının, sermaye piyasalarında balonları teşvik ettiğini ileri sürmüştür. Woo (1987) dalgalı döviz kuruna geçildikten sonraki on yıllık dönemde sadece iki spekülative balon tespit etmiştir. Narayan (2021) Japon Yeni, Kanada Doları, Euro ve İngiliz Sterlini üzerine yaptığı çalışmada, COVID-19 döneminde balonların yoğunlaştığını göstermiştir. Bu da piyasaların COVID-19 öncesi döneme kıyasla daha verimsiz hale geldiğine işaret etmektedir. Adämmer ve Bohl (2015)'in ampirik sonuçları ise 2003-2013 yılları arasında buğday fiyatlarında spekülative balonlar varlığını

göstermektedir. Ahmed (2021) Pakistan rupisinin ABD doları karşısındaki değerinde Ocak 1982 - Mayıs 2020 dönemi kapsamında birçok balon tespit etmişlerdir. Samırkaş (2021) 2015-2020 yılları arasında Türkiye döviz piyasasında Amerikan Doları ve Euro kurunda oluşan spekülasyon balonları EGDF ve GEGDF testleriyle araştırmıştır. Yapılan testler sonucunda her iki döviz kurunda balonların varlığı kanıtlanmıştır. Yazara göre Türkiye döviz piyasasında oluşan balonların kaynağı, tek neden olmamakla beraber, ABD kaynaklı siyasi gelişmelerin jeopolitik riskleri artırmasından dolayı döviz kuru volatilitésinin yükselmesidir. Elike ve Anoruo (2017) Ocak 1980 -Temmuz 2012 arası dönem için Afrika-ABD döviz kuru kapsamında yaptıkları çalışmada, fiyat balonlarına rastlamışlardır.El Montasser vd., (2016) GEGDF testi ile dolar-yuan döviz kurunda 2008 küresel kriz öncesi fiyat balonlarının oluştuğunu böylece söz konusu testlerin erken uyarı sistemi açısından kullanılabileceklerini ifade etmişlerdir. Su vd., (2020) de benzer yöntemleri kullanarak Honkong Dolarında ve Çin Yuan kurunda balonların daha çok finansal krizler dönemlerinde ortaya çıktığını kaydetmişlerdir. Bunun dışında yazarlar, her iki ülkede çıkan finansal balonlar arasında karşılıklı bir ilişki olduğunu da vurgulamıştır. Korkmaz vd., (2016) konuya farklı bir açıdan yaklaşarak, dolar kurunda meydana gelen balonların BIST-100 endeksinin riskine anlamlı bir etkisinin olmadığını ileri sürmüşlerdir. Jirasakuldech vd., (2006) İngiliz sterlini, Kanada doları, Danimarka kronu, Japon yeni ve Güney Afrika randı döviz kurlarında rasyonel spekülasyon balonların varlığını araştırmışlardır. Yazarlar söz konusu para birimlerinde herhangi bir balon oluşumu sürecini destekleyen bulgulara ulaşmamışlardır. Drescher ve Herz (2016) tarafından yapılan ampirik analizler, eşzamanlı varlık balonlarının potansiyel varlık talebine, sermaye hesabı açıklığına, parasal koşullara, kültürel benzerlikler ve döviz kuru esnekliği bağlı olduğunu göstermektedir. Gök (2021) Türkiye finansal piyasaları bağlamında CDS ve tahvil piyasalarında fiyat balonları oluştuğunu Hareketli Nedensellik testleri ile kanıtlamıştır. Hu ve Oxley (2017) Mart 1991-Aralık 2014 dönemi kapsamında G10, Asya ve BRICS ülkelerinde döviz kuru balonlarını tespit etmeye çalışmışlardır. Sonuç olarak yazarlar gelişmekte olan finansal piyasalarda, G10 ülkelerine kıyasla, döviz piyasalarının daha hareketli davranışlar sergilediğinin altını çizmişlerdir. Aktaş (2010) Türkiye özelinde, reel döviz kurundaki değişimlerin, ihracat ve ithalat performansı bakımından anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermiştir.

VERİ VE MODEL

Eküs Genişletilmiş Dickey – Fuller testinin (EGDF) otoregresif çözümü en küçük kareler yöntemi ile aşağıdaki denklemde ifade edilmektedir (Korkmaz vd., 2021):

$$y_t = \mu_x + \phi_1 y_{t-1} + \sum_{j=1}^j \phi_j \Delta y_{t-1} + \varepsilon_t \quad \varepsilon_t \sim ND(0, \sigma^2) \quad (1)$$

Bu teste ait hipotez $H_0: \phi = 1$ ve $H_1: \phi > 1$ şeklinde yazılmaktadır. Eğer H_0 hipotezi red edilirse seride balon oluştuğu anlamına gelmektedir. Bu denklemde ϕ_1 , reel döviz kurunun bir gecikmeli değerini temsil ederken, ϕ_j reel kurun birinci farkının birinci gecikmesinin katsayısını göstermektedir. Bu test kısaca döviz kurundaki balon oluşumlarının tespitini AR(1) sürecini esas alarak analiz etmektedir. Hata terimlerinin de sıfır ortalama ve sabit varyansa sahip olduğu varsayılmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler aylık frekansta olup, 01-1994 ile 11-2021 dönemi arasında kapsamaktadır. Analiz döneminin ilgili ayları ve yılları kapsamasının nedeni, eksiksiz olarak ancak bu aralık için temin edilme imkanı olduğundandır. Veriler ABD merkez bankasının St Louis şubesinin web “<https://fred.stlouisfed.org>” adresinden temin edilmiştir.

BULGULAR

Reel döviz kurlarında balon varlığı araştırılmadan önce, kurlar hakkında fikir sahibi olabilmek için tanımlayıcı istatistikleri tablo 1 de sunulmuştur.

Tablo 1: Tanımlayıcı İstatistikler

	Ortalama	Std.Sapma	Çarpıklık	Basıklık	JB*
Endonezya	88.29	13.20	-1.16	5.20	0.00
Rusya	80.20	17.10	-0.35	2.37	0.00
Türkiye	76.66	14.78	-0.20	1.96	0.00
Malezya	98.30	10.07	1.08	4.01	0.00
Hindistan	94.56	5.00	0.13	2.11	0.00
Brezilya	79.66	15.83	-0.24	2.01	0.00

* Jarque- Bera normal dağılım olasılık değeri

Tablo 1 incelendiğinde, reel kurların ortalama olarak en yüksek olduğu ülke Malezya iken, en düşük olduğu ülke Türkiye olarak karşımıza çıkmaktadır. Standart sapma riski ifade ettiği için kurları en istikrarlı ülke Hindistan olurken, en riskli ülke Rusya olmaktadır. Basıklık katsayısının

3'den büyük olması, olağanüstü iniş ve çıkış ihtimalini gösterdiği için, kurlarında büyük dalgalanmalar yaşayan ülkeler Endonezya ve Malezya olmaktadır. Çarpıklık katsayısının negatif değer alması düşüş dönemlerinin yükseliş dönemlerinden daha fazla olduğunu ima ettiği için sadece Malezya ve Hindistan döviz kurlarında yükseliş aylarının sayısı düşüş aylarından fazla olmaktadır. Normal dağılım açısından değerlendirildiğinde hiçbir ülkenin reel döviz kuru normal dağılmamaktadır.

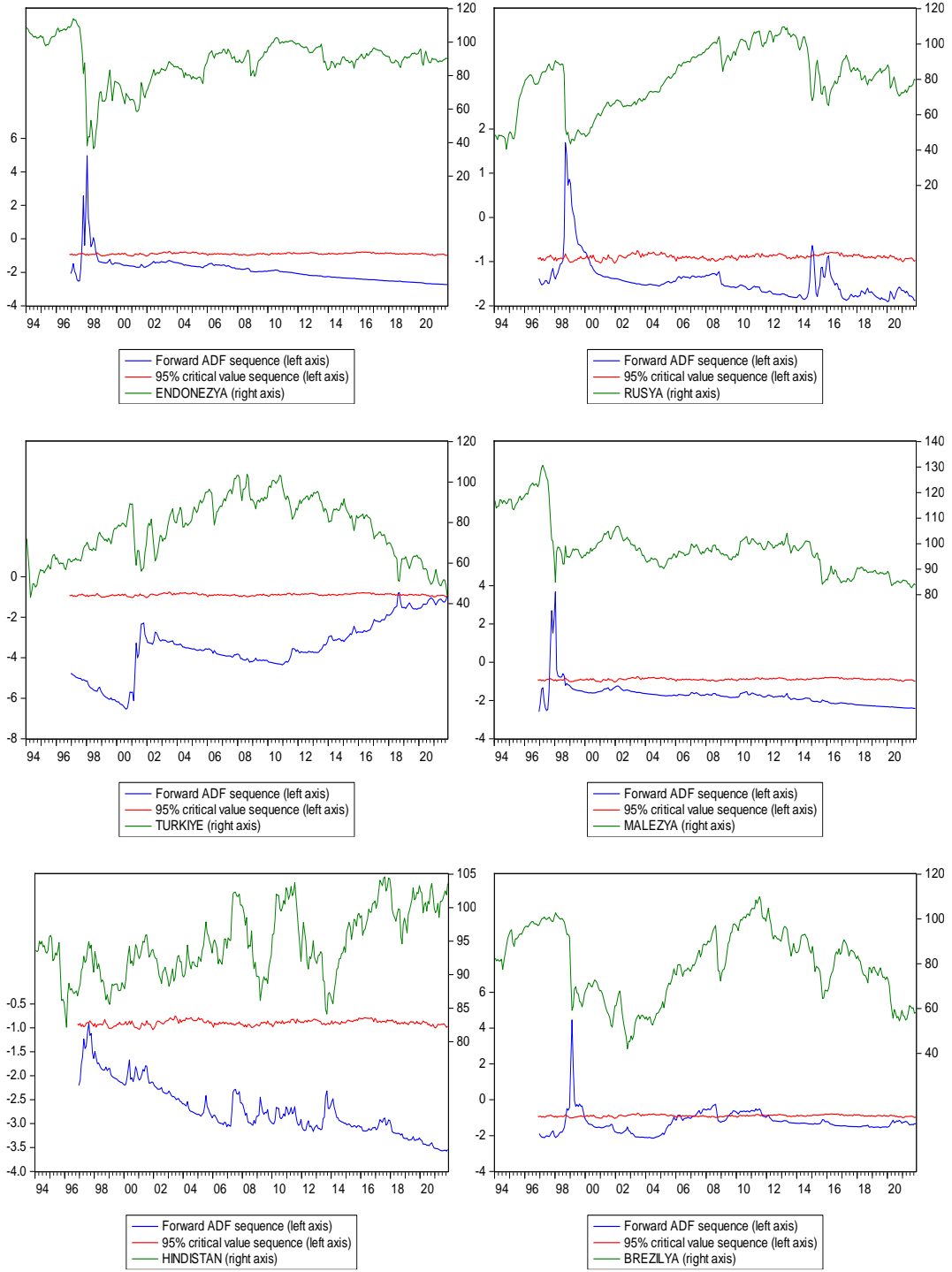
Tablo 2: EGDF Test Sonuçları

Ülke	EGDF*	EGDF	Kritik değerler		
	İstatistiği	Olasılık	%1	%5	%10
Endonezya	4.96	0.00	1.08	0.62	0.37
Rusya	1.68	0.00	1.08	0.62	0.37
Türkiye	-0.78	0.64	1.08	0.62	0.37
Malezya	3.67	0.00	1.08	0.62	0.37
Hindistan	-0.90	0.71	1.08	0.62	0.37
Brezilya	4.45	0.00	1.08	0.62	0.37

*Hesaplanan istatistik 335 gözlemlilik örneklem için 1.000 tekrarlı Monte Carlo simülasyonu ile elde edilmiştir. Analizler 36 pencere sayısı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2'de yer alan EGDF test istatistikleri ve olasılık değerleri sırasıyla Endonezya, Rusya, Malezya ve Brezilya ülkelerinin reel döviz kurları için anlamlı çıkmıştır. Buna göre, söz konusu ülkelerin reel döviz kuru fiyatlarında balonların oluştuğuna dair istatistiksel kanıtlara ulaşılmakta iken Türkiye ve Hindistan'ın reel döviz kurlarında herhangi bir balona rastlanmamaktadır.

Reel Döviz Kurlarında Balon Var Mıdır? Seçilmiş Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir Araştırma
Are There Bubbles In Real Exchange Rates? A Research On Selected Developing Countries



Grafik 1: reel döviz kuru balonları

Tablo 1: EGDF Testi Fiyat Balonu ve tarih tahminleri

Ülke	Balon dönemi	Balan süresi
Endonezya	09/1997-08/1998	11 ay
Rusya	05/1998-04/2000	23 ay
	12/2014-04/2015	4 ay
Malezya	08/1997-09/1998	13 ay
Brezilya	09/1998-11/1999	13 ay
	04/2007-09/2008	16 ay
	07/2009-09/2011	26 ay

Grafik 1' de EGDF testine göre çizdirilen, gelişmekte olan ülkelerin reel döviz kuru istatistikleri sunulmuş ve bu grafiklerden derlenerek tablo 1'de döviz kuru balonları ve süreleri gösterilmiştir. Bu tabloda hem coğrafi yakınlıkları hem de benzer kriz dönemleri ile Endonezya ve Malezya'yı beraber analiz etmek mümkündür. Söz konusu ülkelerde döviz kuru balonlarının 1997 Asya finansal krizine denk geldiği görülmektedir. Neredeyse 1980'lerin sonlarından 1990'ların başlarına kadar birçok Güneydoğu Asya ülkesi yüksek milli gelir rakamlarına ulaşmıştır. Ancak bu ekonomik büyüme, ağırlıklı olarak ihracat artışı ve yabancı yatırım sayesinde gerçekleşmiştir. Bu nedenle de, portföy yatırımlarını çekmek için yüksek faiz oranları ve sabit döviz kuru (ABD dolarına sabitlenmiş) uygulanmıştır. Ancak FED'in enflasyona karşı faiz oranını yükseltmesi, hem ABD dolarının değer kazanmasına yol açmış hem de portföy yatırımlarının yönünü ABD'ye çevirmiştir. Bunun sonucunda ABD dolarının değeri arttığı için Asya ülkelerinin para birimleri değerlenip ihracat oranları düşerken, sermaye çıkışı ile karşılaşan ülkeler finansal krize girmişlerdir (IMF, 1998). Rusya para birimi rublede oluşan ilk balon iki yıla yakın sürmüştür. Bu balonun temelinde, 1990'lı yıllardan itibaren Rusya'nın serbest piyasa ekonomisine kademeli olarak geçmesi ve rubleyi konvertible hale getirmesi yatmaktadır. Bunun yanında, 1997 Asya krizi sırasında petrol fiyatlarının düşmesi Rusya da cari açık sorunu meydana getirmiş olup, yüksek ve kısa vadeli borçlanma rublede istikrarsızlığa sebep olmuştur (Oktar ve Yüksel, 2015). Rubledeki ikinci balonun oluşma sebebi olarak, petrol fiyatlarındaki dalgalanma ve petrolün 2014

yılı varil fiyatının 110 dolardan 50 doları seviyelerine gelmesi gösterilebilir (Berikan ve Hüseyinli, 2017). Brezilya realine baktığımızda, onunda ilk aşama bütün gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi, 1997 Asya krizinden etkilendiğini görüyoruz. Bunun arkasından gelen 2008 küresel krizinde ise ekonomik büyüme yavaşlamıştır. BRICS ülkelerinin genelinde 2010-2011 yıllarında baş gösteren enflasyonu kontrol etmek için daraltıcı politikalara başvurulmuş ve dış talepte yavaşlama meydana gelmiştir. Bütçe Dengesi/GSYH oranı Brezilya için 2008-2010 döneminde sırasıyla; -1.4, -3.1 ve -2.8 olarak gerçekleşmiştir (Kalkınma Bakanlığı, 2012). Dolayısıyla Brezilya ekonomisinde yaşanan makro ekonomik dengesizlikler Brezilya para birimi realde balonların gözlemlenmesine yol açmıştır.

SONUÇ

Çalışmanın sonucunda, Türkiye ve Hindistan için tüm dönem boyunca döviz kuru balonuna rastlanmaz iken, diğer ülkelerde 1997 Asya Krizi ile 2008 Küresel Kriz sırasında ve sonrasında balon oluşumu gözlemlenmiştir. Ancak son yıllarda analiz edilen ülkelerin reel döviz kurlarında aşırı bir fiyatlamaya oluşmamıştır. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerin reel döviz kurlarının değer kazanması, ticarete konu olan mallardaki üretkenlik artışına işaret etmekte olup, kurların rekabeti bozmayacak bir dengede olduğunu göstermektedir (De Broeck ve Sløk, 2006).

KAYNAKLAR

- Adämmer, P., ve Bohl, M. T. (2015). Speculative Bubbles in Agricultural Prices. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 55, 67-76.
- Afşar, M., Afşar, A., ve Doğan, E. (2019). Döviz Balonlarının Tespitine Yönelik Bir Analiz: Türkiye Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (54), 447-460.
- Ahmed, M., Bashir, U., ve Ullah, I. (2021). Testing For Explosivity in US-Pak Exchange Rate Via Sequential ADF Procedures (No. 109607). *University Library of Munich, Germany*.
- Aktaş, C. (2010). Türkiye’de Reel Döviz Kuru İle İhracat ve İthalat Arasındaki İlişkinin VAR Tekniğiyle Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6(11), 123-140.
- Bergvall, A. (2004). What Determines Real Exchange Rates? *The Nordic countries. Scandinavian Journal of Economics*, 106(2), 315-337.
- Berikan, M., ve Hüseyinli, T. (2017). Petrol Fiyatlarındaki Düşüşün Rusya Ekonomisi Üzerine Etkileri. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 4(2), 30-45.
- Bettendorf, T., ve Chen, W. (2013). Are there bubbles in the Sterling-dollar exchange rate? New evidence from sequential ADF tests. *Economics Letters*, 120(2), 350-353.
- Catão, L. A. (2007). Why real exchange rates?. *Finance & Development*, 44(003).
- Chowdhury, I. S. (2004). Sources Of Exchange Rate Fluctuations: Empirical Evidence From Six Emerging Market Countries. *Applied Financial Economics*, 14(10), 697-705.
- De Broeck, M., & Sløk, T. (2006). Interpreting Real Exchange Rate Movements in Transition Countries. *Journal of International Economics*, 68(2), 368-383.
- Drescher, C., ve Herz, B. (2016). What Determines Simultaneous Asset Bubbles? An Empirical Analysis. *Applied Economics*, 48(1), 35-51.
- El Montasser, G., Fry, J., ve Apergis, N. (2016). Explosive Bubbles İn The US–China Exchange Rate? Evidence From Right-Tailed Unit Root Tests. *China Economic Journal*, 9(1), 34-46.
- Elike, U., ve Anoruo, E. (2017). Testing For Explosive Bubbles İn The South African-US Exchange Rate Using The Sequential ADF Procedures. *Banks & Bank Systems*, 105-112.
- Flood, R. P., ve Hodrick, R. J. (1990). On Testing For Speculative Bubbles. *Journal Of Economic Perspectives*, 4(2), 85-101.
- Gök, R. (2021). Identification Of Multiple Bubbles in Turkish Financial Markets: Evidence From GEGDF Approach. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 43 (2) , 231-252
- Gökçe, A., ve Güler, İ. (2020). Sağ-Yönlü ADF Sınamaları ile Ankara İlinde Konut Balonu Araştırması. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 94-116.
- Hu, Y., ve Oxley, L. (2017). Are There Bubbles İn Exchange Rates? Some New Evidence From G10 And Emerging Market Economies. *Economic Modelling*, 64, 419-442.
- IMF. (1998). The Asian crisis: Causes and cures. *Finance and Development*, 35(2). <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/1998/06/imfstaff.htm>

- Jirasakuldech, B., Emekter, R., ve Went, P. (2006). Rational Speculative Bubbles And Duration Dependence İn Exchange Rates: An Analysis Of Five Currencies. *Applied Financial Economics*, 16(3), 233-243.
- Kalkınma Bakanlığı. (2012). *Dünya Ekonomisindeki Son Gelişmeler*. Küresel Ekonomik Gelişmeleri Gözleme Değerlendirme Dairesi. Ekonomik Modeller Ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü. https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2018/11/%C5%9Eubat_2012_DESG.pdf.
- Korkmaz Ö., Erer D, ve Erer E. (2016). Alternatif Yatırım Araçlarında Ortaya Çıkan Balonlar Türkiye Hisse Senedi Piyasasını Etkiliyor mu? BİST 100 Üzerine Bir Uygulama. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 10(2), 37-53.
- Korkmaz, Ö., Akay, E., ve Bülbül (2021), "Türkiye'de Konut Balonu Var mı Yok mu? ",International Conference on Eurasian Economies, İstanbul <https://avekon.org/papers/2549.pdf>
- Maldonado, W. L., Ribeiro, J., ve Tourinho, O. A. F. (2021). Testing four types of bubbles in BRICS Exchange Rates. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(4), 1103-1123.
- Mishkin, F. S. (2016). *The Economics Of Money, Banking, And Financial Markets*. Pearson Education. USA
- Narayan, P. K. (2021). Did Bubble Activity Intensify During COVID-19?. *Asian Economics Letters*, 1(2), 1-5.
- Oktar, S., ve Yüksel, S. (2015). 1998 Yılında Rusya'da Yaşanan Bankacılık Krizi Ve Öncü Göstergeleri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 37(2), 327-340.
- Oreiro, J. L. (2005). Capital Mobility, Real Exchange Rate Appreciation, And Asset Price Bubbles in Emerging Economies: A Post Keynesian Macroeconomic Model For A Small Open Economy. *Journal of Post Keynesian Economics*, 28(2), 317-344.
- Phillips, P. C., Wu, Y., ve Yu, J. (2011). Explosive Behavior in The 1990s Nasdaq: When Did Exuberance Escalate Asset Values?. *International economic review*, 52(1), 201-226.
- Samırkaş, M. C. (2021). Finansal Piyasalarda Fiyat Balonları: Türkiye Döviz Piyasası Üzerine Bir İnceleme. *İşletme ve İktisadî Bilimler Araştırmaları*, 112-130.
- Su, X., Peng, C., Lv, Z., ve Deng, C. (2020). Do The Renminbi And Hong Kong Dollar Bubbles Interact?. *International Journal of Finance ve Economics*. 1-8
- Visser, H. (1989). Exchange Rate Theories. *De Economist*, 137(1), 16-46.
- Woo, W. T. (1987). Some Evidence Of Speculative Bubbles in The Foreign Exchange Markets. *Journal of Money, Credit and Banking*, 19(4), 499-514.

HİZMET SEKTÖRÜNDE İŞ GÖRENLERİN MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ ALGILARI: ÇAĞRI MERKEZİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ahmet İlker Akbaba
Dr. Öğr. Üyesi, Erzurum Teknik
Üniversitesi, İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
e-mail: aakbaba@erzurum.edu.tr
ORCID: 0000 0003 3256 441X

DOI : 10.47358/sentez.2022.31
Makale Türü : Araştırma
Gönderim Tarihi: 19/02/2022
Düzeltilme Tarihi: 19/03/2022
Kabul Tarihi: 21/03/2022

Bu makaleye atıfta bulunmak için:
Akbaba, A. İ. (2022). Hizmet
Sektöründe İş Görenlerin Müşteri
İlişkileri Yönetimi Algıları: Çağrı
Merkezi Çalışanları Üzerine Bir
Araştırma. ETÜ Sentez İktisadi ve
İdari Bilimler Dergisi. Sayı: 7, 53-
66 .



Öz: Günümüzde yaşanan rekabet ortamında işletmeler rakiplerine nazaran daha ön plana çıkabilmek adına pek çok girişimde bulunmaktadırlar. Rekabet üstünlüğü sağlayabilmek adına yapılan çalışmaların başında ise müşteri ilişkileri yönetimi gelmektedir. İşletmelerin geçmişten ders çıkarma, bugününü görebilme ve geleceğe yönelik planlarını iyi yapabilmeleri için son derece önemli olan müşteri ilişkileri yönetiminin özü anlaşılmalı, bütün iş görenler tarafından benimsenmeli ve üst yönetim tarafından desteklenmelidir. İşletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmeleri için müşteri ilişkileri yönetimi uygulamalarına duydukları gereksinim son derece önemlidir.

Bu çalışma da emek-yoğun üretilen hizmetlerin, hizmet görenler tarafından nasıl algılandığını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Hizmetlerin yapısı gereği, genellikle hizmetlerin üretim sürecinde tüketiciler de var olduğu için iş görenlerin müşteri ilişkileri yönetimine bakış açıları, nasıl algıladıkları son derece önem arz etmektedir. Uygulamada Erzincan ilinde faaliyet gösteren bir çağrı merkezinin müşteri temsilcilerine anket uygulaması yapılmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri İlişkileri Yönetimi, Hizmet Sektörü, Çağrı Merkezi

Jel Kodları: M10, M30

EMPLOYEES' PERCEPTIONS ON CUSTOMER RELATIONS MANAGEMENT IN THE SERVICE SECTOR: A RESEARCH ON CALL CENTER EMPLOYEES

Ahmet İlker Akbaba
Assit. Dr., Erzurum Technical
Univesity, Faculty of Economics and
Administrative Sciences, Departmant
of Business
e-mail: aakbaba@erzurum.edu.tr
ORCID: 0000 0003 3256 441X

DOI : 10.47358/sentez.2022.31
Makale Türü : Research
Gönderim Tarihi: 02/19/2022
Düzelme Tarihi: 03/19/2022
Kabul Tarihi: 03/21/2022

To cite this article:
Akbaba, A. I. (2022). Employees'
Perceptions on Customer Relations
Management in The Service Sector: A
Research on Call Center Employees.
ETU Synthesis Journal of Economic
and Administrative Sciences. Issue: 7,
39-52 .

This article was checked by



Abstract: In today's competitive environment, companies make many attempts to stand out compared to their competitors. Customer relationship management is at the forefront of efforts to provide competitive advantage. The essence of customer relations management, which is extremely important for businesses to learn from the past, see the present and make good plans for the future, should be understood, embraced by all employees and supported by senior management. The need for customer relationship management practices is extremely important for businesses to gain sustainable competitive advantage. This study was carried out in order to determine how the labor-intensive services are perceived by the service recipients. Due to the nature of the services, as there are consumers in the production process of the services, the perspectives of the employees on customer relationship management and how they perceive it are extremely important. In practice, a questionnaire was applied to the customer representatives of a call center operating in the province of Erzincan and the data obtained were analyzed.

Keywords : Customer Relations Management, Service Industry, Call Center

Jel Codes :M10, M30

GİRİŞ

Rekabet avantajı sağlamak için üretim teknikleri geliştirilmesi ve yönetilmesinin belirli noktalara kadar etkili olduğu hemen her alanda görülebilir. Bireyin ön plana çıktığı bu yeni dönemde satış, pazarlama ve servis hizmetleri gibi aktiviteler için Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY) uygulamaları firmalara kolaylık sağlamaktadır. Bir işleyiş tarzından daha çok bir iş yapış stratejisi olan MİY mevcut ve potansiyel müşterilerin ihtiyacını anlamak ve önceden belirlemek için tasarlanan bir süreçtir. MİY uygulamaları firmaların mevcut müşteriler ile sürdürdükleri ilişkiyi geliştirmek, yeni müşteriler kazanmak ve tüm müşterilerinin elde tutulmasını sağlamak amacıyla geliştirilmiştir.

MİY kavramı dört temel unsura dayanmaktadır. Bunlar strateji, süreç, insan ve teknolojidir. Teknoloji, MİY stratejisinin uygulamasını kolaylaştıran şeydir; bu yüzden, örgütlerin bu stratejiyi nasıl tercih etmesi gerektiğini belirleyen unsur, bu teknolojilerin bilinmesini zorunlu kılmaktadır. Müşteri ilişkilerini geliştirmek için ise işletmelerin en çok kullandığı teknolojik araçlar şunlardır: Satış gücü otomasyonu, Çağrı merkezi, Veri Bankası, Veri Madenciliği, Karar Destek ve Raporlama Araçları, Elektronik Satış Noktası. Bu çalışmada da çağrı merkezinde çalışanların MİY ile ilgili algıları belirlenmeye çalışılmıştır.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ KAVRAMI

Günümüzde dünyanın hemen her yerinde üretici firmaların karşı karşıya kaldıkları en temel sorun, müşteri sadakatinin giderek azalmasıdır. Bu da pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi kavramının ortaya çıkmasına zemin oluşturmuştur. Bazı kaynaklarda birebir pazarlama şeklinde bahsedilen MİY kavramının bireysel müşterilerle bireysel ilişkileri geliştirme temeline dayndığı ifade edilmektedir (Ünal, 2011: 24).

Müşteri ilişkileri yönetimi, “işletmelerin müşterilerle olan ilişkilerini daha da geliştirmek amacıyla; müşteri ihtiyaç ve davranışları hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilmek için müşteri merkezli stratejinin oluşturulmasını amaçlayan kapsamlı bir yönetim felsefesidir”.

2000’li yılların pazarlama trendi; doğru kişilerle doğru zamanda, birebir ve sürekli karşılıklı etkileşime dayalı iletişimle en etkin çözümleri üretmek ve ürün/hizmet sunan ile tüketici arasındaki ilişkiyi güçlendirmek olmuştur.

“Müşteri ilişkileri yönetimi nedir?” sorusuna literatürde bulunan aşağıdaki listenin ortaya çıktığı görülmektedir (Türker, 2008, 17-18):

Tablo 1. MİY Tanımları

MİY, müşteriler ile ilişkileri yönetmek için geliştirilen stratejilerdir.
MİY yazılım yöntem bilimcilerinin kullandığı ve genellikle girişimcilerin müşteri ilişkilerini yönetmede yardımcı olan internet yetenekleri için kullandıkları bilgi endüstrisidir.
MİY müşteri bilgisinin toplanarak farklı müşteri gruplarının belirlenmesi ve verimli ilişkiler kurmak için her gruba farklı stratejiler geliştirilmesi sürecidir.
MİY müşteriyi kazanma, muhafaza etme ve sürekli kılmak için örgüt genelinde yürütülen süreç ve politikalarıdır.
MİY müşterilere doğru ürünü, doğru fiyat ile doğru kanallardan ve doğru zamanda sunabilmek için müşterileri tanımlama, kazanma ve muhafaza ederek sadık müşteri kitlesi oluşturma sürecidir.
MİY fiili ve potansiyel müşteriler ile ilişki kurmak ve sürdürmek için satış, pazarlama ve hizmet bilgi sistemlerinin teknoloji ve süreçler ile birleştirilmesi sonucu oluşan faaliyetlerdir.
MİT kârı maksimum yapmak için müşteriler ile ilişkileri başlatma, kurma ve uzun dönemli hale getirmek için pazar bilgisinden yararlanma sürecidir.
MİY hedef müşterilere değer yaratarak ve sunarak kâr elde etmek için dışsal ağlar ve içsel süreç ve fonksiyonları birleştiren bir iş stratejisidir.

Kaynak: Torres, 2004'den uyarlanmıştır.

Müşterilerin ihtiyaçlarının en iyi şekilde anlaşılabilmesi, sunulan ürünlerin ve hizmetlerin her aşamada müşteriyi tümüyle tatmin etmesi, müşterilerin düşüncelerinin alınması ve bunlara değer verilmesi firmaların üzerinde en çok durması gereken konu haline gelmiştir. MİY'in tanımını tam olarak yapmak, geniş bir kavram olduğu için zordur. Ancak tüm görüşlerin ortak noktası, müşteri ilişkileri yönetiminin aslında günümüz pazarlama anlayışının temel taşlarından birisini oluşturduğudur.

Küresel rekabet ortamında pazarlama anlayışının sürekli olarak değişmesi ve aynı zamanda değişen şartlara göre işletmelerin sektörlerde tutunabilmeleri için müşteri ilişkileri yönetimine ihtiyaç duyulmuştur. Müşteri ilişkileri yönetiminin ortaya çıkmasının nedenlerinden bahsetmek gerekirse şu şekilde sıralanabilir (Söztutar, 2010, 29):

Müşteri ilişkileri yönetiminin ortaya çıkış nedenleri aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

- Kitlesele pazarlamanın müşteri kazanmakta maliyetli bir yol olması
- Müşteri payının pazar payından daha önemli bir konumda olması
- Müşteri, müşteri sadakati ve müşteri memnuniyetinin son zamanlarda iyice önem kazanması
- Mevcut müşterilerin değerinin anlaşılması ve bu müşteriyi elde tutma faaliyetlerine daha fazla ihtiyaç duyulması
- Bireysel pazarlamanın önem kazanması sonucu her bir müşterinin bireysel ihtiyaçlarının göz önüne alındığı stratejilerin önem kazanması
- Gittikçe artan rekabet düzeyi
- Veri tabanı yönetim sistemlerinde ve İletişim teknolojilerinde hızlı bir gelişme yaşanması

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİNİN ÖNEMİ VE AMAÇLARI

Yapılan araştırmalar yeni bir müşteri edinmenin mevcut müşteriyi elde tutmaktan 6-8 kat daha maliyetli olduğunu göstermiştir. Ayrıca yeni müşteriler rakip şirketlerin fiyat kırmalarından ve diğer özendiricilerden kolay etkilenirken mevcut müşteriler bu kadar eğilim göstermezler. Bu nedenle mevcut müşterilerin elde tutulması uzun vadede daha karlı bir seçenek olmaktadır. Bu kapsamda fiyatla rekabet etmek zaman zaman müşterileri çekmede işe yarasa da uzun vadede onları tutmak için doğru bir yol değildir. Çapraz satış gibi uygulamalar ise yeni müşteriler edinilip alışkanlıkları, eylemleri ve istekleri öğrenildikten sonra yeni fırsatlar sunmaktadır.

Müşteri ilişkileri yönetimi günümüz pazar koşulları ve müşteri özelliklerine uygun sunumları yaparak üstün bir rekabet avantajı yakalama ihtiyacı ile ortaya çıkmıştır.

MİY uygulamasındaki temel amaç, müşteri portföyünün değerini arttırmaktır. Bu değer ise çapraz satış, yukarı satış ya da müşteri başvuruları aracılığıyla gerçekleşir. Bu temel amaçla birlikte işletmelerin MİY sistemlerini uygulamasının alt amaçları şunlardır:

- Potansiyel müşterilerin tanımlanması,
- Müşterilerin hem mevcut hem de gelecekteki ihtiyaçlarının anlaşılması,
- Kârlı müşteri ve bölümlerin kârsız olanlardan farklılaştırılması,
- Artan değer ve tatmin yoluyla kayıpların azaltılması,
- Mevcut ürün ve hizmetlerin kullanımının artırılması,
- Müşteri hizmeti ve tatmininin artırılması,
- Kampanya yönetiminin geliştirilmesi,
- Tavsiyelerin artırılması,
- Kaybedilen müşterilerin yeniden kazanımı,

- Müşterilerin, ilişki hiyerarşisinde yukarıya hareket ettirilmesi,
- İşletmenin farklı kanallar boyunca kullandığı pazarlama ve satış çabalarının bütünleştirilmesidir.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Başbuğ (2010) iki çağrı merkezi şirketindeki 146 kişinin sergiledikleri duygusal emeğin iş memnuniyeti üzerindeki etkisini incelemiştir. Elde edilen bulgular çalışanların işlerini yaparken sergilemeleri gereken duygular ile gerçekte hissettikleri duygular arasında uyumsuzluk olduğunda iş memnuniyetlerinin azaldığını ortaya koymaktadır.

Korkmaz (2014) yaptığı çalışmada müşterilerin; çağrı merkezi temsilcilerinden sınırlı oldukları anlarda bile sakin olmaları, paylaştıkları bilgilerin gizli tutulacağı konusunda güven duymak istedikleri, çağrı merkezi temsilcisinin empati kurma yeteneğinin gelişmiş ve uzmanlık bilgisine sahip olması beklentisi içinde oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Polat ve Tellan (2015) Erzurum'da yürüttükleri çalışmada, çağrı merkezlerinde müşteri temsilcilerine verilen kişisel satış hizmetinin tüketiciler üzerinde ne düzeyde memnuniyet oluşturduğunu araştırmıştır. Çalışmada çağrı merkezlerinde kişisel satış faaliyetlerinin yürütülmesinin tüketici üzerinde oluşturduğu izlenim ve zamanla müşteri konumuna gelen tüketicilerin bu hizmetten ne kadar memnun kaldıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda tüketicilerin bekleme süresi ve elektronik sistemlerin karmaşıklığı konularında memnuniyetsizlik düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kişi (2016) yaptığı çalışmada çağrı merkezi müşteri temsilcilerinin sahip olması gereken yetkinlikleri belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonuçlarına göre çağrı merkezi müşteri temsilcisi için en önemli kişisel yetkinliğin anlama ve ifade edebilme yeteneği, en önemli mesleki yetkinliğin zaman yönetimi bilgi ve becerisine sahiplik olduğu tespit edilmiştir.

Kocabaş (2017) yaptığı çalışmada İnönü Üniversitesi öğrencilerinden tesadüfi örnekleme ile farklı birimlerden 500 kişi üzerinde anket tekniğini uygulamıştır. Çalışmanın sonucu, yapılan t-testinde sınırlanan müşteri karşısında temsilcinin sakin ve uygun bir şekilde tepki verme davranışının, aritmetik ortalama analizinde müşteri temsilcisinin yumuşak bir ses tonu ile sade, anlaşılır bir anlatım tarzı kullanmasının müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Aydın Keskin vd. (2018) yaptıkları çalışmada bir çağrı merkezindeki bekleme sürelerini azaltarak müşteri memnuniyetini artırmayı amaçlamıştır. Çalışmada ilk olarak mevcut durum analizi ile çağrı merkezinde yapılan işlemler arasında en uzun süreli olanı tespit edilmiştir. Sonraki aşamada, kuyruktaki bekleme sürelerini azaltmak için bu işlemin sesli yanıtlama sisteminde, müşteriler tarafından gerçekleştirilmesi sağlanmıştır. Sonuç olarak, müşteri temsilcisine giden çağrılarda %5 oranında iyileşme ve kuyrukta bekleme sürelerinde de ortalama 6,84 sn azalma elde edilmiştir.

Demirkol ve Özcan (2018) çağrı hizmetleri ve Endüstri 4.0 uygulamaları arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi amaçladıkları çalışmalarında Endüstri 4.0 uygulamalarının çağrı hizmetlerinde kullanımı ile

çalışanların memnuniyeti, müşterilerin sorunlarını çözme, yöneticilerin davranışları, ekip çalışması ve çalışma ortamı arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişkiler saptamıştır.

Doğan vd. (2021) müşteri memnuniyeti anketlerini göz önüne alarak süreç madenciliği yardımıyla müşteri memnuniyetini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla bir firmanın IT sisteminde tutulan çağrı merkezi bölümüne ait 11 günlük 42185 olay günlüğü (event log) süreç madenciliği için kullanılmıştır. Çalışmada çağrı sırasında bekletilen müşterilerin daha yüksek puan verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç müşterilerin bekletilmekten ziyade şeffaf bir müşteri hizmetleri yönetimi ile ihtiyacının karşılanmasına daha çok önem verdiğini göstermektedir.

ÇAĞRI MERKEZİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, Erzincan ilinde faaliyet gösteren bir çağrı merkezinin müşteri temsilcilerinin müşteri ilişkileri yönetimi algılarını ölçmektir. Bu temel amacın yanı sıra müşteri temsilcilerinin demografik bilgileri ile müşteri ilişkileri yönetimi algıları arasında bir farklılık olup olmadığını tespit etmektir.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda şu hipotezler geliştirilmiştir;

H1: Müşteri temsilcilerinin müşteri ilişkileri yönetimi algıları arasında müşteri ilişkileri yönetiminin boyutlarına göre anlamlı farklılıklar vardır.

H2: Müşteri temsilcilerinin demografik değişkenleri ile müşteri ilişkileri yönetimi algıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmanın Metodolojisi

Örnekleme Süreci

Araştırmada ana kütleyi bir hizmet sektörü olan çağrı merkezlerinin iş görenleri oluşturmaktadır. Uygulama alanı olarak Erzincan ilinde bulunan ve şirket isminin paylaşılmasını istemeyen bir çağrı merkezi seçilmiş, çağrı merkezinin 154 müşteri temsilcisi ile görüşülmüştür. Çalışmada evrenin tümü araştırmaya dahil edilmiş ve herhangi bir örnekleme yöntemine gidilmemiştir. Müşteri temsilcileri tarafından yanıtlanan anketler incelendiğinde 44 tanesinin rastgele cevaplandığı ve birçok sorunun ise hiç yanıtlanmadığı görülmüştür. Bu yüzden geriye kalan 110 anket çalışmamızın örneklemini oluşturmaktadır.

Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler, müşteri temsilcileri ile yüz yüze görüşülerek ve sorular üzerinde değerlendirme, açıklama vb. izahatlar yapıldıktan sonra kendilerine verilmiştir. Soruları daha samimi ve rahat cevaplayabilmeleri adına aynı günün vardiya bitiminde kendilerinden toplanmıştır. Daha sonra anket verileri SPSS 20.0 programında analiz edilerek yorumlanmıştır.

Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi

Demografik Özellikler

Araştırmaya dahil edilen müşteri temsilcilerinin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler aşağıda tablolar halinde gösterilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımları

Değişken	Gruplar	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	58	53
	Erkek	52	47
Toplam		110	100

Tablo 2'de de görüldüğü gibi katılımcıların %53'ünü kadınlar oluştururken, %47'sini erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımlar

Değişken	Gruplar	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Yaş	18-22	29	26,4
	23-27	52	47,3
	28-32	23	20,9
	33-37	6	5,4
Toplam		110	100

Katılımcıların %47,3'lük oranla en büyük kısmını 23-27 yaş aralığındaki iş görenler oluştururken, %5,4'lük küçük oran ile de 33-37 yaş aralığındakiler oluşturmaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Değişken	Gruplar	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Medeni Durum	Bekar	77	70
	Evli	33	30
Toplam		110	100

Katılımcıların %70'lik kısmı bekar, %30'luk kısmı ise evlidir.

Tablo 5. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları

Değişken	Gruplar	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	42	38,2
	Ön Lisans	42	38,2
	Lisans	26	23,6
Toplam		110	100

Katılımcıların %38,2'lik kısmını ortaöğretim mezunları ve yine aynı oran (%38,2) ile ön lisans mezunları oluşturmuştur. %23,6'lık kısmı ise lisans mezunlarından oluşmaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların Sektörde Çalışma Süreleri

Değişken	Gruplar	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Sektördeki Çalışma Süresi	1 Yıdan az	27	24,5
	1-3 Yıl	42	38,3
	3-5 Yıl	24	21,8
	5-7 Yıl	17	15,4
Toplam		110	100

Katılımcıların sektörde çalışma sürelerine bakıldığında %38,3'lük kısmının 1-3 yıl arası çalışanlar olduğu görülmektedir. %15,4'lük en düşük pay ile 5-7 yıl arasında çalışanların olduğu yine tabloda görülmektedir.

Güvenilirlik Analizi

Tablo 7. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach's Alpha	N
0,822	110

Yapılan Cronbach's Alpha güvenilirlik analizinin sonucu $0,822 > 0,6$ olduğu için yüksek derecede güvenilir olduğu anlaşılmaktadır.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi

Aşağıdaki tabloda KMO ve Bartlett Küresellik testi sonuçları yer almaktadır. Bu test sonucuna göre $p = 0,000$ anlamlılık düzeyinde 0,780 olarak belirlenmiş ve bu değer örneklem sayısının yeterli olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Tablo 8. KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

KMO Sampling Adequacy	Measure of	0,780
Bartlett's Test of Sphericity	Approx Chi-Square	5124,245
	df	870
	Sig.	0,000

Katılımcıların MİY Algılarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması

Cinsiyet iki değişkenli olduğu için bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Anket soruları müşteri ilişkilerine yönelik iş görenlerin algılarını ölçen sorular olduğu için MİY Toplam olarak hesaplanmıştır.

Tablo 9. Cinsiyet değişkenine göre Bağımsız Örneklem t-Testi

Bağımsız Örneklem t-Testi		Levene's Test Varyansların Eşitliği İçin	t-test Ortalama Eşitlik İçin				
		F	df	Sig.(2-tailed)	Std. Hata Farkı	Farkın %95 Güven Aralığı	
						Düşük	Yüksek
MİY Toplam	Varsayılan Eşit Varyanslar	0,404	109	0,027	1,21523	0,22624	5,42580
	Varsayılmayan Eşit Varyanslar		88,604	0,027	1,21854	0,22041	5,62887

Tablo 9'da iş görenlerin cinsiyetleri ile müşteri ilişkileri yönetimi algıları arasında anlamlı bir ilişkinin (p: 0,027 p<0,05) olduğu görülmektedir.

Tablo 10. İş Görenlerin Yaşlarına Göre Varyans Analizi Sonuçları

		F	Sig.
MİY Toplam	Gruplar Arası Gruplar İçi Toplam	112,603	0,003*

Tablo 10'da paylaşılan sonuçlara göre iş görenlerin yaşları ile müşteri ilişkileri yönetimi algıları arasında anlamlı bir ilişki (p: 0,003 ; p<0,05) olduğu görülmektedir.

Tablo 11. İş Görenlerin Eğitim Durumlarına Göre Varyans Analizi Sonuçları

		F	Sig.
MİY Toplam	Gruplar Arası Gruplar İçi Toplam	42,286	0,000*

Katılımcıların eğitim durumları ile müşteri ilişkileri yönetimi algıları arasında anlamlı bir farklılık olduğu (p: 0,000 ; p<0,05) Tablo 11'de görülmektedir.

Tablo 12. İş Görenlerin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Varyans Analizi Sonuçları

		F	Sig.
MİY Toplam	Gruplar Arası Gruplar İçi Toplam	24,774	0,009*

Tablo 12'de de görüldüğü gibi katılımcıların sektörde çalışma süreleri ile müşteri ilişkileri yönetimi algıları arasında anlamlı bir farklılık (p: 0,000 ; p<0,09) vardır.

İş Görenlerin Müşteri İlişkileri Yönetimi Algılarına İlişkin Düşünceleri

Yapılan bağımsız örneklem t-testi ve varyans analizleri neticesinde iş görenlerin demografik bilgileri ile müşteri ilişkileri yönetimi algıları arasında anlamlı derecede farklılık olduğu görülmektedir. Yapılan analiz sonuçlarının göre iş görenlerin müşteri ilişkileri yönetiminin boyutlarına göre algıları farklılık göstermektedir ve dolayısıyla H1 hipotezi kabul edilmiştir. Yine H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Ölçekteki “İşletmemiz için önemli olan kârını arttırmaktır.” ifadesinin iş görenlerin cevapları doğrultusunda yüksek sayılamayacak bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir (3,91). Bu müşteri ilişkileri yönetimi anlayışına uygun olan bir ifade değildir. Çünkü MİY anlayışında müşteri işletmenin kârından önce gelir. Çünkü kârdan önce müşterinin ön planda tutulması ile iyi müşteri ilişkileri yönetimi işletme kârına doğrudan etki sağlayacaktır. Bu açıdan bakıldığında bu ifadeye katılım düzeyi iş görenlerin müşteri ilişkileri yönetimi algısının düşük olduğunu göstermektedir. Araştırmaya katılan 110 kişinin %40,7’si bu ifadeye katıldığını, %59,3’ü ise bu ifadeye kesinlikle katıldığını belirtmiştir.

Ölçekteki “Bizi rakiplerimizden farklı kılan, müşterilerle kurduğumuz yakın ilişkidir.” ifadesine verilen yanıtlardan anlaşılacağı üzere %51.4 “katılıyorum”, %48.6 “kesinlikle katılıyorum” şeklindedir. Bu ifadenin ortalaması 4.40’tür. Bu bağlamda katılımcıların algılarının yüksek derecede olduğunu söylemek mümkündür.

Ölçekteki “İşletmemiz için müşterilerin sadakati hayati derecede önemlidir.” ve “İşletmemiz her müşterisi için “hayat boyu değeri” hesaplamaktadır.” ifadeleri ile katılımcıların müşteri sadakatine bakış açıları ölçülmeye çalışılmıştır. Katılımcıların üçüncü ifadeye verdikleri yanıtların ortalaması 4.31, dördüncü ifadeye verdikleri yanıtların ortalaması ise 4.11’dir. Bu doğrultuda katılımcılar müşteri sadakati ve müşteri hayat boyu değerini hesaplama konularında kararsızlıktan çıkıp katılma derecesindedirler (Ort: 4.31 ve 4.11 < 4.50).

Ölçeğin “Müşterilerimizin memnuniyeti bizim için önemlidir.” ve “İşletmemizde müşteri ilişkileri yönetimi anlayışı mevcuttur.” ifadelerinin ortalamaları yüksek çıkmıştır (4.62, 4.40). Bu da iş görenlerde ve işletmede müşteri ilişkileri yönetimi bilincinin var olduğu göstermektedir.

Ölçeğin “Müşterilerimizin memnuniyetinde, satış sonrası hizmetler önemli role sahiptir.” ve “Promosyon ve kampanya uygulamalarımız, yeni müşteri edinmede önemlidir.” ifadelerinin ortalamaları sırasıyla 4.47 ve 4.60’tür. Bu da iş görenlerin satış sonrası hizmetlerin önemine ve promosyon/kampanyaların yeni müşteri edinmedeki önemine kesinlikle katılma derecesine yakın olduklarını göstermektedir.

Ölçeğin “Mevcut veya yeni ürünlerimizle ilgili olarak müşterilerimizin olumlu ve olumsuz tepkilerini ve şikayetlerini sürekli takip etmekteyiz.” ifadesinin ortalaması 4,50 çıkmış olup işletmenin işletmenin müşteri ilişkileri yönetimi kapsamında müşterilerin geribildirimlerine önem verdiğini gösterdiği söylenebilir.

Ölçeğin “Müşterileri işletme faaliyetlerinin merkezine koymayarak müşteri ilişkileri konusuna önem vermeyen firmaların, gelecekte rekabet edebilmeleri zorlaşacaktır.” ifadesine

katılımcıların verdiği yanıtların ortalaması 3.27 olup kararsızlık seviyesinden uzaklaşarak katılma derecesine geçmektedir.

Ölçeğin “Müşteri odaklı yaklaşımlar, şikâyet oranı ve sayısını azaltır.” ifadesine 4.14 ortalama ile katılım, “Müşteri ilişkilerinde önemli olan, yeni müşteriler edinmektir.” ifadesine 3.62 ortalama ile kararsızlıktan çıkılıp katılma derecesine geçme seviyesinde bulunduğu görülmektedir.

Ölçeğin “Müşteri odaklı yaklaşımlar, aynı müşteriye yeni ürün satışlarını arttırır.” ifadesine katılmanın ise 4.35 ortalama ile katılma derecesinden kesinlikle katılma derecesine geçiş yaptığı söylenebilir.

SONUÇ

Bu araştırmada iş görenlerin müşteri ilişkileri yönetimi algıları, yani bu konudaki bilinçlerini ölçmek amaçlanmış olup, bu konuyla ilgili 110iş görene bazı sorular yöneltilmiş ve iş görenlerin müşteri ilişkileri yönetimine bakış açıları ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmaya katılan 110 iş görenin %53'ünü kadınlar, %47'sini ise erkekler oluşturmaktadır. Yaş gruplarına göre dağılımları ise %47,3 ile en büyük paya sahip olan 23-27 yaş aralığı oluştururken, %5,4'lük en düşük oran ile 33-37 yaş aralığı oluşturmaktadır. Ayrıca medeni durumları açısından incelendiğinde ise %70'inin bekar geriye kalan %30'luk kısmın ise evli olduğu görülmüştür. İş görenlerin eğitim seviyelerine bakıldığında ise %76,4 lük oranla ortaöğretim ve ön lisans mezunu kişilerin oluşturduğu, %23,6 ile lisans mezunlarının oluşturduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre demografik değişkenlerden sonuncu olan sektördeki çalışma sürelerine bakıldığında ise %38,3'lük bir pay ile en çok 1-3 yıl arası olduğu, en az paya sahip olan 5-7 yıl arası çalışanların ise %15,4'lük bir paya sahip olduğu görülmektedir.

Müşteri ilişkileri yönetimi algılarının ortalamaları incelendiğinde ise işlete karlılığıyla alakalı sorunun ortalamasının 3,91 gibi düşük bir ortalamaya sahip olduğu sonucu çıkmıştır. Müşteri ilişkileri yönetimi açısından değerlendirildiğinde bu ortalamanın düşük olması olumlu bir durumdur. Ölçeğin rekabet ile alakalı olan ikinci sorusunun ortalaması ise 4,40 çıkmıştır ve bu da yükseğe yakın olduğu söylenebilir. Müşteri sadakati ile ilgili olan üçüncü ve dördüncü soruların ortalamaları 4,50'den düşük çıkmıştır. Bu durum işletme için olumsuz sayılabilecek bir ortalamadır. Beş ve altıncı soruda yer alan müşteri memnuniyeti ile alakalı soruların ortalaması ise 4,50'den büyük çıkmıştır. Çalışanların müşteri memnuniyetine yönelik algılarının yüksek çıkması işletme açısından olumlu bir durumdur. Ölçeğin pazarlama ile alakalı olan yedinci ve sekizinci soruların ortalamaları 4,50 çıkmıştır. Dokuzuncu sorunun 4,51'lik ortalamasına bakıldığında ise müşteri ilişkileri yönetiminin üst yönetim tarafından desteklendiği sonucuna ulaşmak mümkündür. On birinci ve on ikinci soruların ortalamalarına bakıldığında ise müşteri bölümlendirmeye yönelik algının düşük olduğu fakat müşteri bilgilerinin depolanmasına yönelik algının yüksek olduğu görülmüştür. On, on dört ve on beşinci sorular mevcut müşterilere yönelik algıyı ölçmek amacıyla yöneltilen sorulardır ve 4,51 gibi yüksek bir ortalamaya sahiptir. İşletmenin kullandığı veri tabanı ve yazılımlarla alakalı sorulara verilen yanıtlar ise 4,46 çıkmıştır. Ölçeğin on dokuz, yirmi iki, yirmi dört, yirmi beş ve otuz birinci sorularında müşteri ilişkileri yönetiminde pazarlamayı ölçmeye çalışan sorular yer almaktadır ve 3,45 gibi çok düşük bir

ortalamaya sahip oluğu gör÷lmektedir. Ölçekler arasında en düşük ortalamaya sahip olan bölümdür. Ölçeğin kalan diğer ifadeleri ise doğrudan müşteri ilişkileri yönetimi algısını ölçmeye yönelik sorulardır ve hepsi 4,50'nin altında kalan düşük ortalamalar çıkmıştır.

KAYNAKLAR

- Aydın Keskin, G., Çolak, M. ve Karanfil Kostak, G. (2018). Bir çağrı merkezindeki bekleme sürelerinin kuyruk modelleri ile iyileştirilmesi. Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 20 (1), 55-68.
- Başbuğ, G. (2010). Duygusal Emeğin İş Memnuniyetine Etkisi: Çağrı Merkezi Çalışanlarına Yönelik Bir Çalışma. *Journal of Social Policy Conferences*, 0 (58), 253-274.
- Demirkol, İ. ve Özcan, S. (2018). Endüstri 4.0 ve Çağrı Merkezi Hizmetlerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6 (3), 273-294.
- Doğan, O., Ayyar, B. ve Çağl, G. (2021). Müşteri Memnuniyetinin Süreç Odaklı Değerlendirilmesi: Bir Çağrı Merkezinde Süreç Madenciliği Uygulaması. *International Journal of Engineering Research and Development*, 13 (1), 161-169.
- Güzel, D. (2020). *Müşteri İlişkileri Yönetimi ve E-ticaret, Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları Erzurum.
- Kişi, N. (2016). Çağrı Merkezi Müşteri Temsilcisi Yetkinliklerinin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Önceliklendirilmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17 (2), 145-160.
- Kocabaş, İ. (2017). Çağrı Merkezi Müşteri Temsilcisinin İmajının Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (1), 118-147.
- Korkmaz, S. (2014). Sağlık Sektöründe Çağrı Merkezi Temsilcilerinin Davranışlarına İlişkin Tüketici Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Uygulama. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 7 (13), 45-68.
- Polat, E. ve Tellan, D. (2015). Çağrı Merkezi Hizmetlerinde Kişisel Satış Süreci Memnuniyeti: Erzurum İli Örneğinde Bir İnceleme. *Atatürk İletişim Dergisi*, (8), 115-136.
- Söztutar, T. B. (2010), *Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Gıda Sektörü Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Torres, A. (2004). *Factors Influencing Customer Relationship Management (CRM) Performance In Agribusiness Firms*. ETD Collection for Purdue University.
- Türker, A. (2008), *Konaklama İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi: İzmir İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Anabilim Dalı, Aydın.