

KRİZ ORTAMINDA İŞ ARAMA DAVRANIŞI: KADINLAR GERÇEKTEN REKABETTEN KAÇINIYORLAR MI?

Aysun HIZIROĞLU AYGÜN¹

Gönderim tarihi: 15.09.2021

Kabul tarihi: 22.07.2022

Özet

Deneyisel iktisat yazını, kadınlar ile erkekler arasında rekabete karşı tutum açısından farklılıklar olduğunu göstermiştir. Kadınların rekabet ortamına girmekten kaçındığına işaret eden bu farkın emek piyasasındaki davranışlara tezahür etmesi, gerek bu piyasaların işleyişi, gerek kadınların refahı için olumsuz etkiler doğurabilecek önemli bir meseledir. Bu çalışmada Türkiye emek piyasasında rekabetin yoğun olduğu bir dönemde eğitilmiş kadın ve erkeklerin iş arama davranışları arasında bir fark olup olmadığı test edilmektedir. Bunun için işsizlik oranlarının artarak iş bulma konusunda rekabetin arttığı, 2008-2009 küresel ekonomik krizi dönemi baz alınmaktadır. Buna göre küresel kriz ortamı, kadınların işsizlik oranını artırarak kadınlar açısından rekabetin artmasına sebebiyet vermiştir. Aynı zamanda kadınların, rekabetin arttığı bu dönemde iş arama kanallarını kullanmaktan çekinmek yerine bazı kanalları daha sıklıkla kullanmaya başladıkları görülmüştür. Kadınlar bu dönemde kullandıkları iş arama kanalı sayısını da arttırmışlardır. Bu durumda kadınların beklendiğinin aksine rekabetten kaçınmak yerine rekabet ortamında daha aktif olarak iş aradıkları sonucuna varılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: ekonomik kriz, iş arama kanalları, rekabet, emek piyasaları, kadın işgücü

JEL Sınıflaması: D91, J24, J64

JOB SEARCH DURING AN ECONOMIC CRISIS: DO WOMEN REALLY SHY AWAY FROM COMPETITION?

Abstract

Men and women have different attitudes toward competitive environments as shown by the behavioral economics literature. Women shy away from competition while men are attracted to competitive environments. This behavioral difference can have negative implications for the welfare of women and the functioning of the labor market if it is reflected on the choices related to the labor market. In this study, we investigate whether there is a significant difference between the job search mechanisms employed by college educated men and women in the Turkish labor market during a period during which unemployment rate and competition in the labor market increased: 2008-2009 global recession. We find that female unemployment rate increased during the global recession, leading to a more competitive environment for women. Furthermore, women began to use some job search channels as opposed to what they would do if they were shying away from competition. Total number of channels used for job search increased for women as well. We conclude that competition did not deter women from looking for a job, rather it generated an environment for women to be more active in job search.

Keywords: economic crisis, job search methods, competition, labor market, female labor force

JEL Classification: D91, J24, J64

¹ İstanbul Teknik Üniversitesi, Ekonomi Bölümü

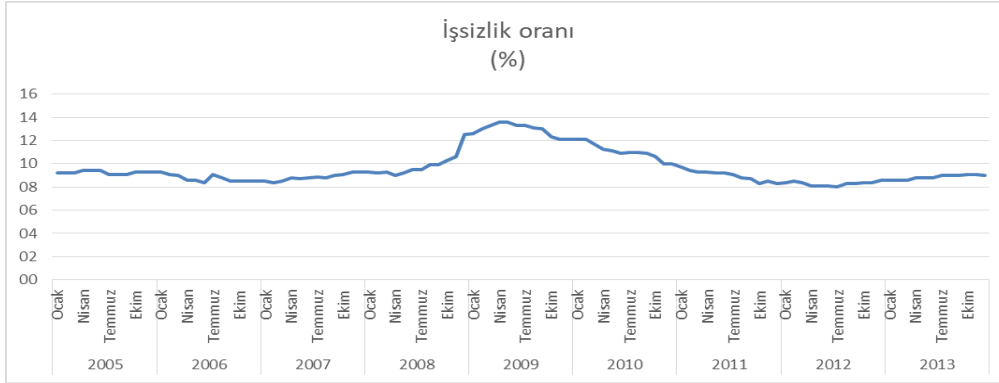
E-posta Adresi: aysunaygun@itu.edu.tr ORCID:0000-0003-4513-1859

1. Giriş

DeneySEL İktisat yazını, kadınlar ile erkekler arasında rekabete karşı tutum açısından farklılıklar olduğunu göstermiştir. Özellikle Gneezy vd. (2003) ile Niederle ve Vesterlund'un (2007) laboratuvar deney çalışmaları, bu konudaki tutum farkına ışık tutan araştırmalara öncü olmuştur. Niederle ve Vesterlund (2007) iki basamaklı toplama işlemleri yaptırdıkları deneylerinde alternatif ödül sistemleri (doğru cevap başına para ödülü ya da en çok doğru cevabı bilene ödenecek para ödülü gibi) ile katılımcıların rekabete karşı tutumlarını ölçmüşlerdir. Kadın katılımcıların rekabette kaçındığı, erkek katılımcıların ise rekabete çekildiği ve bu durumun kişilerin deneylerde verilen işlemlerdeki başarılarından bağımsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu rekabete karşı tutum farkının, benzer yetenek ve beşeri sermaye sahibi kadın ve erkekler arasında, istihdam edilmeye dair tercihler (Flory vd. 2015) ve yönetici pozisyonu üstlenme (Bertrand ve Hallock, 2001) gibi konuları etkilemesi, bu davranışsal durumun ekonomik ve sosyal hayata yansımaları olarak vurgulanmaktadır.

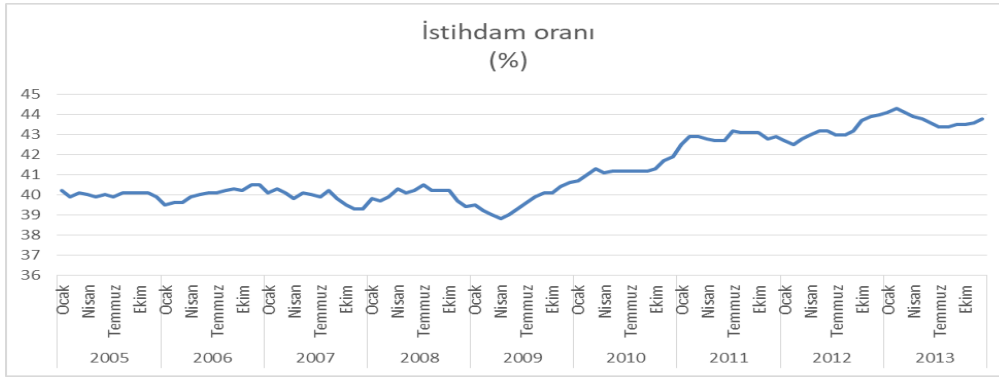
Ekonomik küçülmenin yaşandığı kriz dönemleri de iş piyasasında rekabetin arttığı zamanlara işaret eder. İstihdam oranlarının büyük ölçüde düştüğü ve işsizlik oranlarının arttığı 2008-2009 küresel ekonomik krizi de bu durumun derinden hissedildiği bir örnektir. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere birçok ülkede kriz ile birlikte yeni iş ilanlarının sayısı azalmış, işten çıkarmalar artmış ve iş bulmak zorlaşmıştır. Kriz döneminde iş arayanlar arasında artan rekabet, özellikle ABD emek piyasalarında uzun süreli işsizlik ve iş gücünden çıkış ile neticelenmiştir (Elsby vd. 2010). Hatta bu durumun etkilerinin uzun yıllar devam ettiğini gösteren çalışmalar da vardır. Yagan (2019)'a göre kriz, 2007-2015 yılları arasında ABD'deki istihdam azalışından büyük ölçüde mesuldür.

Türkiye'de de krizden önce yüzde 9 civarında seyreden mevsim etkilerinden arındırılmış işsizlik oranı, 2008'in Aralık ayında yüzde 12,5'e, yükselmiş, 2010'un sonuna kadar da yüzde 10'nun üzerinde yüksek seyretmiştir (Figür 1).

Figür 1: Mevsim Etkilerinden Arındırılmış İşsizlik Oranı (2005-2013 Yılları)

Kaynak: TÜİK, İşgücü İstatistikleri Veri Tabanı

İstihdam oranı da yine bu dönemde düşüş göstererek 2009'un Nisan ayında yüzde 38,8 ile en düşük seviyesine inip 2010 sonuna kadar yavaş bir ivme ile artmıştır (Figür 2).

Figür 2: Mevsim Etkilerinden Arındırılmış İstihdam Oranı (2005-2013 Yılları)

Kaynak: TÜİK, İşgücü İstatistikleri Veri Tabanı

Bu çalışmada Türkiye emek piyasasında eğitimli kadın ve erkeklerin iş arama davranışları arasında bir fark olup olmadığı test edilmektedir. Bunun için işsizlik oranlarının artarak iş bulma konusunda rekabetin arttığı, 2008-2009 küresel ekonomik krizi dönemi baz alınmaktadır.

Çalışmanın amacı laboratuvar deneyleri ve istihdama dair tercihler ile bahsi geçen davranışsal farkın iş arama davranışına da bir tezahürü var ise tespit etmektir. İş arama metodu, iş bulma ihtimalini etkilediği gibi, bulunan işin bireyin beşeri sermayesine uygunluğunu da belirleyen kritik bir faktördür (Weber ve Mahringer, 2008). Bu nedenle, iş piyasalarının

etkin çalışabilmesi için iş arayan bireylerin kendilerine uygun kanalları kullanıyor olması elzemdir. Ancak bir grubun rekabette kaçınmak istemesi nedeniyle iş aramaktan çekinmesi veya mevcut iş arama kanallarını etkin kullanamaması, emek piyasasının işleyişini de olumsuz etkileyebilecek bir durum teşkil eder. Bu nedenle böyle bir durumun tespiti, ekonomik kriz dönemlerinde devreye sokulabilecek politikaların belirlenmesinde önemli bir rol üstlenecektir.

Araştırmada Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Hanehalkı İşgücü Araştırması (HİA) 2005-2010 arasındaki verilerinden faydalanılmaktadır. Türkiye işgücü piyasalarında aktif olan (istihdamda veya iş arayan) kadın ve erkeklerin özellikleri arasındaki fark göz önünde bulundurularak, araştırma eğitimli bireyler ile sınırlandırılmıştır.

Bu çalışma Türkiye’de kadın ve erkeklerin iş arama davranışı farklarını rekabet açısından ele alan ilk araştırma olma özelliğindedir. İş arama davranışı kadınların iş gücü piyasasına katılımları, yüksek pozisyonlara terfi etmeleri, maaşlarının artması gibi istihdamda olma ve istihdam hayatındaki refah durumlarını etkileyen önemli bir faktördür. Bu nedenle çalışmamız literatüre özgün ve önemli bir katkıda bulunmaktadır. Araştırmamız aynı zamanda rekabet artışının iş arama davranışına nedensel etkisini ölçen ilk çalışmadır. Kriz dönemi iş bulmanın zorlaştığı ve rekabetin arttığı bir yarı deneysel ortam olarak ele alınarak, farkların farkı yöntemi kullanılmıştır. Laboratuvar deneylerinde beklenenin aksine rekabet arttıkça kadınların kullandıkları iş arama kanallarının arttırdığı görülmüştür.

Makalenin 2. Bölümünde Türkiye’de iş arama davranışına dair yayınlanmış literatür taraması sunulmaktadır. 3. Bölümde araştırmanın arka planı aktarılmış, 4. Bölümde yöntem açıklanmış ve 5. Bölümde analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Son olarak 6. Bölümde sonuç ve değerlendirmeye yer verilmiştir.

2. Literatür Taraması

Tutar (2015) iş arama davranışını talep taraflı ve arz taraflı inceleyip kullanılan bazı kanalların zaman içindeki değişimini raporlamıştır. Talep tarafı için İŞKUR verileri kullanılırken, arz tarafı için bizim çalışmamızda olduğu gibi HİA’nın iş arama kanalı sorularından faydalanılmıştır. Bu çalışmada dikkat çeken bir husus, iş verenlerin de istihdam etme kanalı olarak eşe dosta başvurmayı sıklıkla kullandığı ve çeşitli kanalların işveren tarafından kullanılma yoğunluğunun sektöre, mesleğe ve istenilen eğitim düzeyine göre değişiklik gösterdiğidir.

İş arama sürecinin işsizliğe ve bulunan işin bireyin özellikleri ve eğitimi ile uyumlu olup istihdamın kalıcı olmasına etkisi olduğu yapılan çalışmalarda gösterilmiştir. Gökkaya

vd. (2015) iş aramanın karmaşık bir süreç olduğuna değinip, iş ilanı çözümlemesinin iş ilana uyumu etkileyen kritik bir aşama olduğunu belirtmişlerdir.

Güler (2012) iş arama davranışının belirleyicileri literatürünü kapsamlı bir biçimde analiz ettiği çalışmada cinsiyet, yaş ve eğitim gibi demografik özellikler ile birlikte kişilik yapısı, özdeğerlendirme değişkenleri ve duygusal durumun da etkili olduğuna dikkat çekmiştir. Kişinin özelliklerine ek olarak dışsal faktörlerin de iş arama davranışını etkilediğini vurgulayan Güler, finansal zorlukları iş bulma ihtiyacını artıran ancak duygusal durumu da olumsuz etkileyen bir faktör olarak saymıştır.

Bizim çalışmamıza yakın bir dönemi kapsayarak 2007-2013 HİA mikro veri setlerini kullanan Çağlar vd. (2015) temel değişken olarak iş arama süresini kullanmışlardır. Kadınlar, hiç evlenmemiş olanlar, daha yaşlı işsizler, daha önce çalışmamış olanlar ve uzun süreli işsizlerin iş arama süresinin daha uzun olduğu sonucunu buldukları çalışmalarında iş gücü piyasasının eşitsizliğine dikkat çekmişlerdir.

Şentürk (2019) ise 15 ilde 2500 işsiz birey ile yaptığı anketten elde ettiği veriler doğrultusunda bireylerin kullandığı iş arama yöntemi sayısının belirleyicilerini incelemiştir. Çocuk sayısı, hanedeki birey sayısı, yaş gibi demografik özelliklerin erkekler ve kadınların kullandıkları iş arama yöntemi sayısını farklı etkilediği sonucuna varan çalışmada toplumsal cinsiyet rollerinin iş gücü piyasasına katılıma ve dolayısıyla iş arama kanalı kullanımına etki ettiği çıkarımı yapılmıştır.

3. Araştırmanın Arka Planı

3.1. Türkiye’de 2008-2009 Küresel Krizi

Finansal piyasalar aracılığı ile küreselleşen 2008-2009 krizinin yabancı yatırımları azalttığı Türkiye’de de 2008’in ikinci çeyreği itibariyle sanayi üretiminin düştüğü görülmektedir. Öyle ki 2009’un ilk çeyreğinde sanayi üretimi 1994 ve 2001 krizlerine kıyasla çok daha derin bir azalış ile dibe vurarak akabinde de bir toparlanmaya girmiştir (Rodrik, 2012). İşsizlik de bu dönemde artarak yüzde 16 ile 2009’un ilk çeyreğinde zirve yapmıştır. İşsizlik oranındaki bu artışın söz konusu dönemde “rekor seviyede” olduğu Figür 1’de göze çarpsa da Rodrik (2012) 2000’lerin başından beri işsizliğin ekonomik büyümeye rağmen yüzde 10 seviyesinde olmasına dikkat çekerek, Türkiye’nin küresel krize istihdam yaratmada yavaş olunan bir dönemde yakalandığını ifade eder. Ekonomik kriz, derin olsa da kısa sürmüş ve 2009’un sonu itibariyle Gayrisafi Yurt İçi Hasıladaki (GSYH) düşüş tersine dönmüştür (Rodrik, 2012). Ancak işsizlik oranı 2010’un ikinci çeyreğine kadar yüksek seyretmiştir (Figür 1).

3.2. İş arama yöntemleri

HİA anket sorularında işsiz veya işgücü dışındaki bireylerden aktif olarak iş arayan ya da kendi işini kurmak için uğraşanlara iş arama kanallarından hangilerini kullandıklarına dair sorular yöneltilmektedir. İş arama kanallarına dair sorulara yanıt veren toplam 108.833 kişiden yüzde 29,3'ü kadındır. Bu kanallar ve çalışmanın geçtiği zaman aralığında kullanılma sıklıkları Tablo 1'de gösterilmiştir. Buna göre Türkiye'de en çok başvurulan iş arama kanalı eşe dosta ricada bulunmaktır. Bu da iş arayanların yüzde 90'ından fazlasının iş bulma kanalı olarak piyasaya başvurmak yerine daha geleneksel sayılabilecek bir yöntemi tercih ettiğini gösterir. Sosyal ağlar aracılığı ile iş aramak, diğer ülkelerde de sıklıkla başvurulan bir iş arama kanalı olagelmiş ve iş verenler açısından da kolay bir eleme mekanizması olduğu için işe alımlarda tercih edildiği görülmüştür (Fernandez vd. 2000). Aynı zamanda iş arayanlar açısından da zahmeti az bir yöntem olduğu söylenebilir. Bununla birlikte iş arayanların yüzde 70'i doğrudan bir iş verene başvurduklarını belirtmişlerdir. Tablo 1'den çıkan bir sonuç da bu iki kanal dışındaki kanalların çok daha az kullanıldığı olmuştur. Örneğin gazete, dergi ve internetteki ilanlara bakmak yüzde 26, İŞKUR'a başvurmak sadece yüzde 13'lük kesim tarafından kullanılmaktadır. Özel istihdam ofisleri veya internetteki kariyer sitelerine ise iş arayanların sadece yüzde 9'u başvurmaktadır. Bu yöntemler dışında İŞKUR'dan başvuruya cevap beklemek (yüzde 8), gazeteye ilan vermek (yüzde 8), sözlü ya da yazılı iş sınavına girmek (yüzde 6), kamunun açtığı iş sınavı sonucunu beklemek (yüzde 5) de diğer yöntemler arasındadır. İş arayanların sadece yüzde 2'si kendi iş yerini kurmak için mekan veya araç gereç baktığını, yüzde 1'i ise bunun için kredi, lisans vb. araştırma yaptığını belirtmiştir. İş arayan kişiler HİA anketinde bahsi geçen toplam 13 adet metottan ortalama 2,8'ini kullandığını belirtmiştir.

Tablo 1: İş Arama Kanallarının Kullanılma Sıklıkları

	Ortalama	Std. Sapma
Eşe dosta ricada bulunmak	0,914	0,281
Doğrudan bir işverene başvurmak	0,702	0,458
İş başvurusunun sonucunu beklemek	0,379	0,485
Gazete, dergi veya internetteki iş ilanlarına bakmak	0,260	0,439
İŞKUR'a başvurmak	0,126	0,332
İnternet kariyer sitelerine veya özel istihdam ofislerine başvurmak	0,089	0,285
İŞKUR'dan başvuruya cevap beklemek	0,081	0,272
Gazeteye ilan vermek veya cevaplandırmak	0,080	0,271
Sözlü ya da yazılı iş sınavına/mülakata girmek	0,064	0,245
Kamunun açtığı iş sınavı sonucunu beklemek	0,052	0,221
Kendi işyerini kurmak için mekan veya araç gereç bakmak	0,018	0,133
Kendi işyerini kurmak için kredi, lisans vb.araştırmalar yapmak	0,010	0,100
Diğer bir yöntem kullanmak	0,008	0,091
Toplam kullanılan yöntem sayısı	2,783	1,691

Kaynak: HİA 2005-2010 mikro verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Notlar: Gözlem sayısı: 108.833'tür. Toplam kullanılan yöntem sayısı en küçük 0, en büyük 13'tür.

3.3. Kriz döneminde işgücü piyasası

Kişilerin iş arama davranışı makro ekonomik faktörler ile birlikte kişisel etmenlerden de etkilenmektedir. Özellikle kriz nedeniyle eşlerin işlerini kaybetmesi, istihdam talebinde sektörel farkların oluşması ve beklentilerin etkilenmesi neticesinde kişiler iş aramayı bırakabilir ya da iş aramaya başlayabilirler. Kriz nedeniyle kadın ve erkekler iş arama davranışlarında herhangi bir değişiklikte bulunuyorlar mı diye anlamak için öncelikle krizin işsizlikte ve iş arama davranışında kadın ve erkekler için farklı etkiler yaratabileceği bu gibi alternatif yolların elenmesi gerekmektedir.

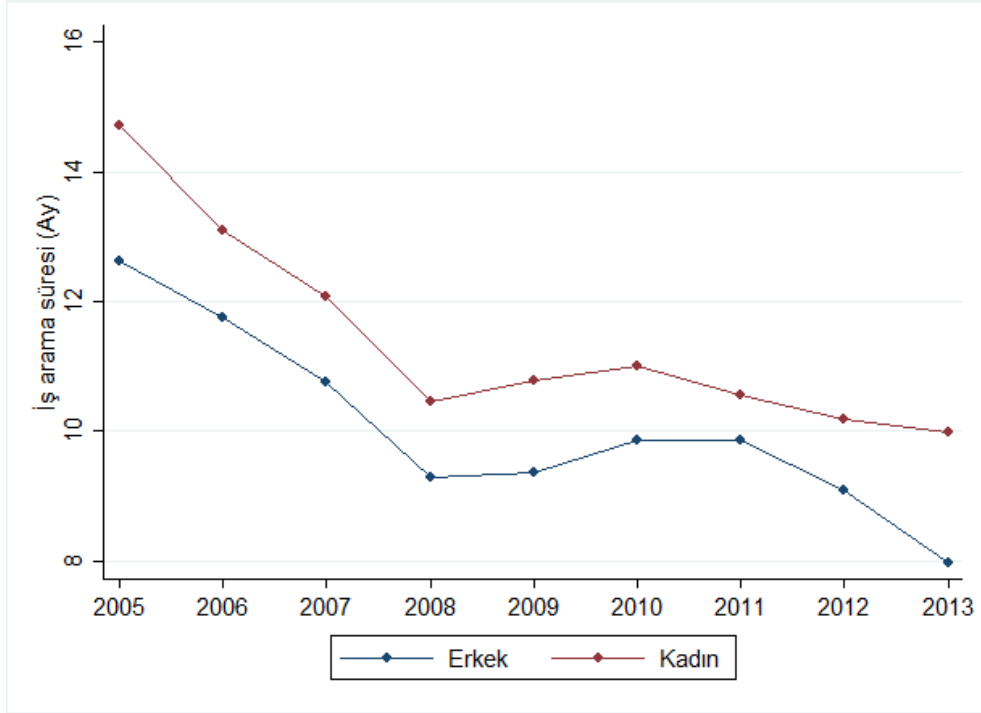
Ayhan (2018) Türkiye'de 2008-2009 krizi esnasında erkeklerin işsiz kalma ihtimalindeki yükseliş neticesinde evli kadınların emek piyasalarına katılımında bir artış ölçmüştür.

Söz konusu “ek çalışan etkisi”, düşük eğitim seviyesine sahip kadınlar arasında görülmektedir. Ayhan’a göre bu artış bir çeyrek kadar gecikme ile olmuş ve daha önceki krizlerde görüldüğü gibi kısa süreli olmuştur (2008 krizinde eşleri işsiz kaldığı için iş gücü piyasasına katılan kadınlar bunu sadece iki çeyrek boyunca yapmışlardır) (Ayhan, 2018, Başlevent ve Onaran, 2003).

Krizin sanayi üretimini yavaşlatmasının doğal bir sonucu olarak imalat sektöründe istihdam edilen erkeklerin sayısının azalması da yine krizin kadın ve erkeklerin emek piyasalarını farklı etkilediğine dair bir sonuçtur. Türkiye’de de durum farklı olmamış ve 2008-2009 krizi neticesinde erkeklerin sanayide istihdamı azalırken, kadınların hizmetler sektöründe istihdamı artmıştır (Gürsel vd., 2009). Kadınların hizmetler sektöründeki istihdam artışının kendi hesabına çalışanlar arasında görülüyor olması yine ek çalışan etkisinin devrede olduğuna işaret etmektedir (Gürsel vd., 2009).

Ekonomik krizlerin iş bulmayı zorlaştırarak iş arama sürelerini uzatması kişilerin yıla-rak iş aramayı bırakmalarına sebep olabilir. Bu durum örneğin 2008-2009 krizinde ABD emek piyasasında görülmüş ve uzun süreli işsizlerin sayısında artış olduğu raporlanmıştır (Kroft vd. 2016).

Türkiye’de de benzer bir durumun yaşanmış olması muhtemeldir. Kadın ve erkeklerin yıllara göre ortalama iş arama süreleri Figür 3’te gösterilmiştir. Buna göre 2005 yılından beri iş arama süresi ortalamaları hem kadınlarda hem erkeklerde düşüş eğilimindedir. 2005 yılında kadınlar ortalama on dört ay, erkekler on iki aydan fazla sürede iş ararlarken 2009 yılına gelindiğinde kadınların on aydan, erkeklerin de sekiz aydan kısa süre iş aradıkları anlaşılmaktadır. Söz konusu düşüş eğilimi 2008-2009 krizi dönemi ve takip eden 2010 yılında yavaşlamış olsa da özellikle erkekler için 2011’den sonra hızlanmıştır. İş arama sürelerinde zaman içinde görülen bu azalmanın nedenlerini başka bir çalışma ile derinlemesine araştırmak gerekli olsa da, Figür 3’te görüldüğü gibi iş arama sürelerinin çalışmanın analizlerinin konu aldığı 2005-2010 yılları arasında geçen süre boyunca kadın ve erkeklerde benzer şekilde değişmiş olması bir başka deyişle paralel bir trend takip etmesi, bu araştırmanın inceleyeceği kadın ile erkek arası farkları belirleyen ek bir faktör olmayacaktır.

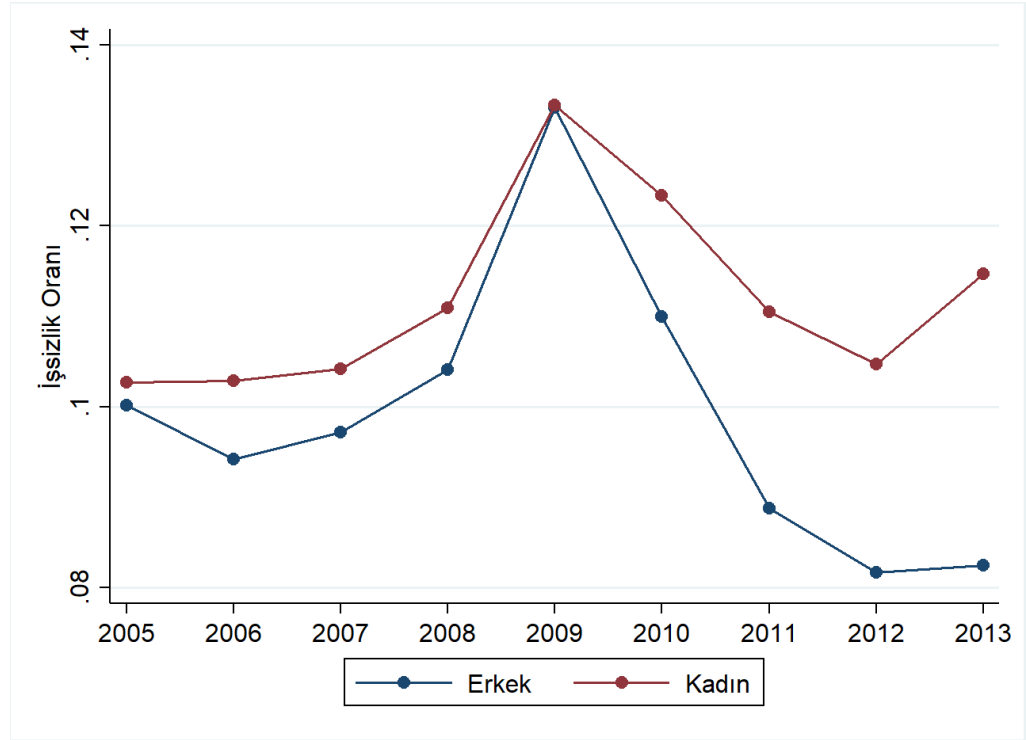
Figür 3: İş Arayan Kadın ve Erkeklerin Ortalama İş Arama Süreleri (2005-2013 Yılları)

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması mikro verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Sırada, krizin kadın ve erkeklerin işsiz kalma ihtimalini nasıl etkilediği ele alınmaktadır. Zira iki grup arasında bir farkın gerçekleşmesi elbette ki iş arama davranışında da farklılıklara yol açabilir. Bunun için Figür 4'te kadın ve erkeklerin işsizlik oranları gösterilmektedir.

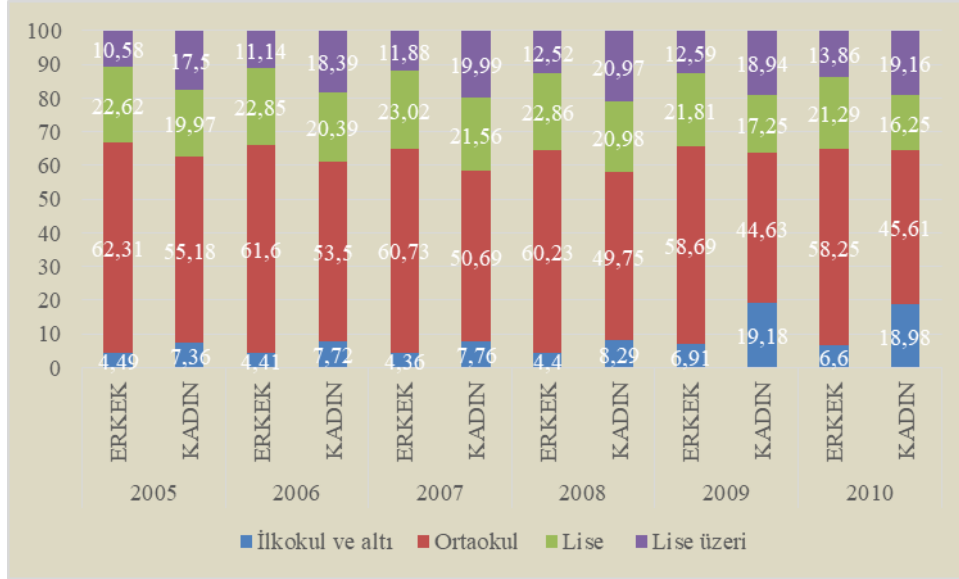
Figür 4'te görüldüğü gibi 2009 yılında işsizlik oranı hem kadınlar, hem erkekler için artarak yüzde 13'ün üzerine çıkmıştır. Ancak krizden önce kadınların işsizlik oranının erkeklerinkinden yüksek olduğu düşünülürse erkekler için işsizlikteki artışın daha büyük olduğu söylenebilir. Bununla birlikte 2010 yılında erkeklerin işsizlik oranı kriz öncesi dönemden yüksek olmakla birlikte yüzde 11'e düşmüş, kadınlarınki ise yüzde 12'nin üzerinde kalmıştır. Aşağıda da bahsi geçeceği üzere krizin toparlanma sürecinde (2010 yılında) kadınlar istihdam edilmede daha dezavantajlı kalmıştır.

Figür 4: Kadın ve Erkeklerin İşsizlik Oranları (2005-2013 Yılları)



Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması mikro verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Son olarak HİA verileri kullanılarak işgücünde olan kadın ve erkeklerin eğitim seviyelerinin dağılımı Figür 5'te gösterilmektedir. Türkiye işgücü piyasası ile ilgili göze çarpan istatistik, kadınlar arasında iyi eğitimlilerin ve en düşük seviyede eğitimlilerin oranının erkeklerden yüksek olmasıdır. Bu da iş gücündeki kadın ve erkeklerin özelliklerinin farklı olduğunu göstermektedir. Figür 5 aynı zamanda bahsi geçen ek çalışan etkisi ile bağlantılı olarak 2009 ve 2010 yıllarında işgücündeki kadınlar arasında eğitimsiz kadınların oranının artışına da işaret eder. Bu nedenlerle araştırmada eğitilmiş kadın ve erkeklere odaklanılarak analizlere sadece lise üzeri eğitilmiş kişiler dahil edilmektedir.

Figür 5: İşgücündeki Kadın ve Erkeklerin Eğitim Seviyeleri Dağılımı (2005-2010 Yılları)

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması mikro verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada farkların farkı yöntemi aşağıdaki eşitlik ile anlatılan ekonometrik model ile kullanılmaktadır.

$$y_{i,t} = \alpha + \mu \text{kadın}_{i,t} + \pi \text{krizdönemi}_t + \beta (\text{kadın} * \text{krizdönemi})_{i,t} + X_{i,t}\Gamma + \theta_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$y_{i,t}$: t zamanındaki i kişinin Tablo 1’de gösterilen iş arama yöntemlerini kullanma durumu veya toplam kullanılan iş arama yöntemi sayısı,

$\text{kadın}_{i,t}$: t zamanındaki i kişinin cinsiyeti kadın ise 1 değerini alan kukla değişken,

krizdönemi_t : t zamanının kriz dönemine ait olduğunu gösteren kukla değişken,

$(\text{kadın} * \text{krizdönemi})_{i,t}$: kadın kukla değişkeni ile kriz dönemi etkileşimi,

$X_{i,t}$: t zamanındaki i kişisi için kontrol değişkenler vektörü (yaş grubu kategorisi için kukla değişken (15-19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-40, 45-49, 50-54, 55-60 ve 65 yaş ve üzeri için), medeni durumu belirten kukla değişken (evli, ayrı, hiç evlenmemiş), 26 İBBS2 bölgesi kukla değişkeni, iş arama süresi (ay olarak),

θ_t : yılı belli eden kukla değişken.

Bu modele kadın ve kriz dönemi etkileşim değişkeni, farkların farkı tahmini yapılması amacıyla eklenmiştir. Buna göre, kadın ile erkekler arasındaki iş arama kanallarını kullanım farkının kriz dönemlerinde daha önceki yıllara kıyasla nasıl değiştiğini β katsayısı ile ölçmek mümkün olacaktır.

HİA mikro verileri kullanılarak yürütülen bu çalışmada “kriz dönemi” tanımını yapmak dikkat gerektirmektedir. Zira bu veriler bütün seneyi temsil etmektedir ancak Türkiye’de kriz 2008 senesinin son iki çeyreğinde etkili olmuştur. Bu nedenle kriz dönemi için hem bir kukla değişken, hem de yoğunluk ölçmek amacıyla işsizlik oranı kullanılmıştır. Bu alternatif yöntemde kullanılan model aşağıdaki eşitlikte gösterilmektedir.

$$y_{i,t} = \alpha + \mu \text{kadın}_{i,t} + \pi \text{işsizlik oranı} + \beta (\text{kadın} * \text{işsizlik oranı})_{i,t} + X_{i,t}\Gamma + \theta_t + \varepsilon_{i,t}, \quad (2)$$

5. Analiz Sonuçları

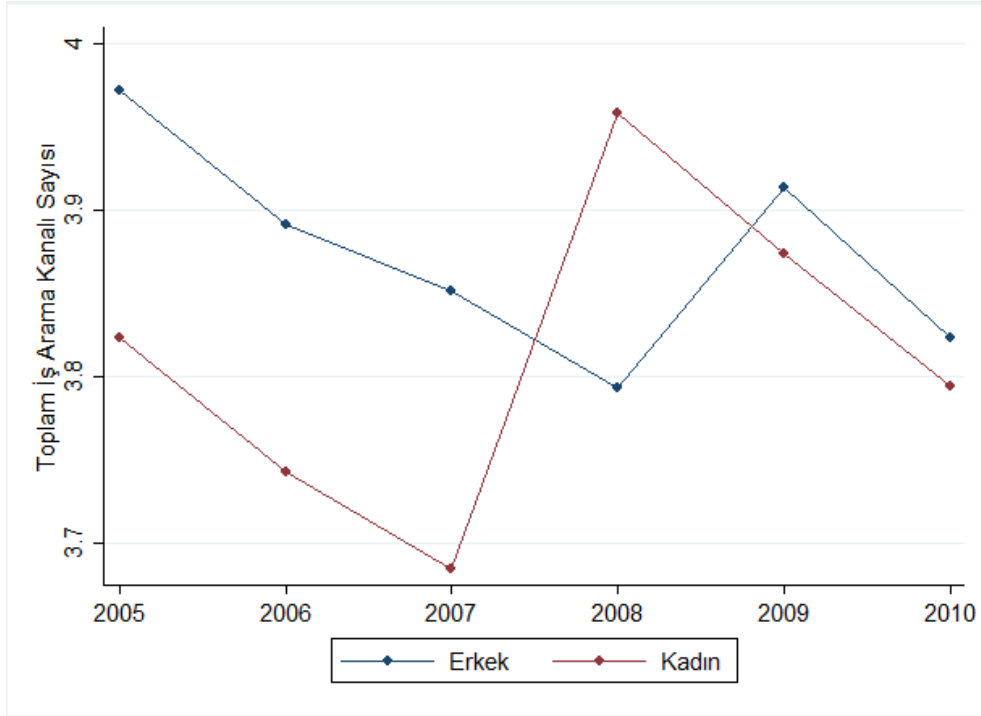
Yukarıda açıklandığı gibi araştırmanın analizine sadece lise üzeri eğitilmiş bireyler dahil edildiği için veri seti yüzde 52’si kadın olmak üzere 13.177 kişi ile sınırlanmıştır. Bu bölümdeki sonuçlar söz konusu eğitilmiş grup için paylaşılmaktadır.

5.1. Paralel Trend Varsayımı

Araştırmada kullanılacak farkların farkı yönteminin amaçlandığı gibi nedensel sonuçlar üretebilmesi için paralel trend varsayımının geçerli olması gerekmektedir. Bunun için Figür 6’da olduğu gibi toplam iş arama kanalı sayısının kadın ve erkekler için zaman içinde nasıl değiştiği gösterilmektedir. Figür 6’da görüldüğü üzere kriz öncesi dönemde (2005, 2006 ve 2007 yılları) ortalama iş arama kanalı sayısı kadın ve erkeklerde paralel bir biçimde seyir etmiştir. Bu da kriz gerçekleşmemiş olsaydı bu iki grup arasındaki farkın ayrışmasını beklemiyor olacağımız anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bu değişkende ölçülecek herhangi bir etkinin krizden kaynaklandığı savı güçlenmektedir.

Figür 6 aynı zamanda başvuru iş arama kanalı sayısının kriz döneminde nasıl değiştiğini de göstermektedir. Görüldüğü üzere krizden önce gözlemlenen bu paralel trend, kriz döneminde bozulmuş ve erkekler ile kadınların iş arama davranışlarının yıllara göre seyirinde farklılıklar görülmüştür. Bu araştırmanın amacı da kriz nedeniyle gerçekleşen bu farkı ölçmektir.

Figür 6: Toplam İş Arama Kanalı Sayısının Kadın ve Erkekler için Paralel Trendi (2005-2010 Yılları, Lise Üzeri Eğitimli Kişiler)



Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması mikro verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

5.2. Krizin Kadınların İşsizliğine Etkisi

Krizin iş arama kanallarının kullanımına etkisini ölçmeden önce kadın ve erkeklerin işsiz kalma ihtimallerinin krizden nasıl etkilendiğine dair bir ön analiz yapılmıştır. Yöntem kısmında açıklanan farkların farkı metodu, krizin erkeklere kıyasla kadınların işsizlik oranına etkisini ölçmek için kullanılmıştır. Sonuçlar Tablo 2’de gösterilmektedir. Birinci sütunda kriz dönemi olarak 2008 ve 2009 yılları kullanılırken, ikinci sütunda 2010 yılı da bu döneme dahil edilmiştir. Bu şekilde alternatif tanımlamalar yapmanın nedeni giriş kısmında bahsedildiği gibi 2010 yılına gelindiğinde işsizlik oranının hala yüksek seyrediyor oluşu ve işgücü piyasalarında kriz sonrası toparlanmanın 2010 yılında da devam ediyor oluşudur. Buna göre, 2010 yılının dahil edilmediği ilk sütunda kadınların işsizlik oranının krizde erkeklerden farklı bir biçimde artmadığı görülmektedir. Oysa 2010 yılının dahil edildiği ikinci sütunda kadın kukla değişkeninin kriz dönemi kukla değişkeni ile etkileşiminin 0,015 değerinde ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu da kriz dönemini 2010

yılımı da içine alacak şekilde tanımlayınca kadınların kriz nedeniyle işsiz kalma ihtimalinin erkeklere kıyasla yüzde 1,5 daha fazla olduğu anlamına gelmektedir. Figür 4’te görüldüğü gibi 2010 yılındaki toparlanmanın kadınlar açısından daha yavaş gerçekleşmiş olduğu regresyon analizi ile teyit edilmiştir. Bu durumun Ayhan’ın çalışmasında bahsi geçen geç gelen bir ek çalışan etkisiyle iş arayan kadınlardan kaynaklanıyor olması muhtemeldir.

Tablo 2: Krizin Kadınların İşsizliğine Etkisi (2005-2010 Yılları)

	(1)	(2)
	İşsizlik	İşsizlik
Kadın ve Kriz Dönemi Etkileşimi	0,002 [0,004]	0,015*** [0,004]
Gözlem Sayısı	131.299	131.299
R-kare	0,118	0,118

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması mikro verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Notlar: 1. Sütun kriz dönemini 2008-2009 seneleri, 2. Sütun kriz dönemini 2008-2010 seneleri olarak kullanır. Kadın kukla değişkeni ile kriz dönemi etkileşimi farkların farkı tahmini verir. Regresyonda kullanılan kontrol değişkenleri: yaş grubu kategorisi için kukla değişken (15-19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-40, 45-49, 50-54, 55-60 ve 65 yaş ve üzeri için), medeni durumu belirten kukla değişken (evli, ayrı, hiç evlenmemiş), 26 İBBS2 bölgesi kukla değişkeni, kadın kukla değişkeni ve seneler kukla değişkenidir. Standart hatalar parantez içinde verilmiştir. *** yüzde 1 istatistiki önemi gösterir.

5.3. Krizin İş Arama Davranışında Kadınlar ile Erkekler Arasındaki Farka Etkisi

Bu bölümde araştırmanın ana sonuçları yani krizin kadın ve erkeklerin iş arama davranışlarının farkını nasıl etkilediğine dair regresyon sonuçları sunulmaktadır. Bu model ile davranışsal iktisat literatüründe deneyler aracılığı ile ortaya konulmuş olan kadınların rekabetten kaçındığı varsayımının test edilmesi amaçlanmaktadır. Yöntem kısmında açıklandığı gibi farkların farkı modeli kadınların davranışlarını erkeklere kıyasla ölçmek için kurulmuştur. Kadın ve yıl kukla değişkenlerini kontrol değişken olarak içeren regresyon analizinde, kadın ve kriz dönemi etkileşim değişkeni, kadınların kriz döneminde erkeklere kıyasla iş arama davranışlarının nasıl değiştiğini yani farkların farkını göstermektedir. Bu nedenle bu kısımda regresyon sonuçları krizin erkeklere kıyasla kadınlar üzerindeki etkisi şeklinde yorumlanmaktadır.

Öncelikli olarak 2008 ve 2009 yılları kriz yılları olarak kullanılarak Eşitlik 1’deki model analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 3’ün ilk satırında gösterilmektedir. Buna göre kadınların rekabetten çekindiği varsayımının öngördüğü gibi ekonomik kriz kadınların iş arama

yöntemlerini kullanmalarını olumsuz etkilememiştir. Aksine, kriz dönemlerinde kadınların bazı iş arama kanallarını kullanma ihtimali ve kullandıkları toplam iş arama kanalı sayısı erkeklere kıyasla artmıştır. Kriz döneminde kadınların erkeklere göre internet kariyer sitelerine veya özel istihdam ofislerine başvurma ihtimali yüzde 2,8 oranında artmıştır. Ancak bu artışın istatistiki olarak çok kuvvetli olmadığı görülmektedir. Benzer şekilde gazeteyle ilan vermek veya gazetede ki ilanı cevaplandırmak yüzde 3,1 seviyesinde bir artış ile kadınlar tarafından daha sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Bunların neticesinde kadınların kullandığı iş arama kanallarının sayısı 0,16 kadar artmıştır.

Alternatif olarak Tablo 3, kriz dönemi tanımını 2008 - 2010 yıllarını kullanarak yapılan analiz sonuçlarını da ek olarak sunmaktadır. Her ne kadar 2010 yılına gelindiğinde kriz sonrası GSYH artışı yaşanmış olsa da özellikle kadınlar arasında işsizlik oranlarının yüksek seyrediyor oluşu nedeniyle bu alternatif tanım kullanılmıştır. Sonuçlar görüldüğü üzere 2008 ve 2009 yıllarını kriz dönemi olarak tanımlayarak yapılan analiz sonuçları ile tutarlıdır.

Tablo 3 yine aynı şekilde 2008 ve 2009 ile 2008-2010 yıllarını kullanarak bu defa kriz dönemini kukla değişken ile ifade etmek yerine işsizlik oranının yoğunluğunun kadın kukla değişkeni ile etkileşimini kullanarak Eşitlik 2’de ifade edilen analiz sonuçlarını da raporlamaktadır. Burada da benzer biçimde işsizlik oranı arttıkça kadınların kullandığı iş arama kanalı sayısında artış olduğu görülmektedir. Krizin birden fazla yılı kapsaması ve işsizlik oranına etkisinin bu yıllarda birbirinden farklı olması nedeniyle bu yöntemin kullanılması uygun görülmüştür. Tablo 3’teki regresyon katsayıları kullanılarak etkinin büyüklüğünü hesaplamak için işsizlik oranındaki en fazla artışın yaşandığı 2009 yılının işsizlik oranındaki artış ile bir hesaplama yapmak mümkündür. Buna göre 2009 yılındaki gibi işsizlik oranının yüzde 2 puan artması, internet, kariyer siteleri veya özel istihdam ofislerine başvurma ihtimalini yüzde 0,5, gazete ilanları kullanma ihtimalini yüzde 0,5 ve kullanılan işsizlik kanalı sayısını 0,023 arttırmaktadır. (Bu oranlar iş gücü oranındaki artış miktarı olan 0,02 ile Tablo 3’ün 3. satırında yer alan regresyon katsayılarından sırasıyla 0,241, 0,235 ve 1,167 çarpılarak bulunmuştur. Bu değişkenlerin katsayıları istatistiki öneme sahip oldukları için kullanılmıştır.)

Tablo 3: Krizin Kadınların İş Arama Davranışına Etkisi

	Doğrudan bir işverene başvurmak	Eşe dosta ricada bulunmak	İŞKUR'a başvurmak	İnternet kariyer sitelerine veya özel istihdam ofislerine başvurmak	Gazete, dergi veya internetteki iş ilanlarına bakmak	Gazeteye ilan vermek veya cevaplandırmak	Sözlü ya da yazılı iş sınavına/mülakata girmek	Kendi işyerini kurmak veya mekan veya araç gereç bakmak	Kendi işyerini kurmak için kredi, lisans vb. araştırmalar yapmak	İŞKUR'dan başvuruya cevap beklemek	İş başvurusunun sonucunu beklemek	Kamunun açtığı iş sınavı sonucunu beklemek	Diğer bir yöntem kullanmak	Toplam kullanılan yöntem sayısı
2008-2009 (kadm*kriz dönemi)	0,012 [0,016]	-0,013 [0,013]	0,007 [0,016]	0,028* [0,015]	0,02 [0,019]	0,031** [0,014]	0,023 [0,017]	0,012* [0,007]	0,003 [0,005]	0,003 [0,014]	0,017 [0,019]	0,008 [0,016]	0,009* [0,005]	0,161** [0,079]
2008-2010 (kadm*kriz dönemi)	0,016 [0,015]	-0,006 [0,012]	0,018 [0,014]	0,025* [0,013]	0,023 [0,017]	0,027** [0,013]	0,012 [0,015]	0,005 [0,006]	-0,004 [0,005]	0,007 [0,012]	0,013 [0,017]	0,007 [0,015]	0,009* [0,005]	0,152** [0,071]
2008-2009 (kadm*işsizlik oranı)	0,033 [0,133]	-0,088 [0,108]	0,061 [0,128]	0,241** [0,121]	0,149 [0,151]	0,235** [0,117]	0,171 [0,136]	0,093* [0,056]	0,011 [0,044]	0,036 [0,112]	0,08 [0,157]	0,04 [0,129]	0,076 [0,048]	1,167* [0,643]
2008-2010 (kadm*işsizlik oranı)	0,098 [0,122]	-0,047 [0,102]	0,144 [0,118]	0,219* [0,112]	0,176 [0,139]	0,215** [0,108]	0,093 [0,125]	0,044 [0,052]	-0,032 [0,041]	0,066 [0,104]	0,061 [0,144]	0,034 [0,120]	0,081* [0,044]	1,152* [0,595]

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması mikro verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Notlar: Kadın kukla değişkeni ile kriz dönemi etkileşimi ile işsizlik oranı etkileşimi farkların farkı tahmini verir. Regresyonda kullanılan kontrol değişkenleri: yaş grubu kategorisi için kukla değişken (15-19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-40, 45-49, 50-54, 55-60 ve 65 yaş ve üzeri için), medeni durumu belirten kukla değişken (evli, ayrı, hiç evlenmemiş), 26 İBBS2 bölgesi kukla değişkeni, iş aranan ay sayısı, kadın kukla değişkeni ve seneler kukla değişkenidir. Standart hatalar parantez içinde verilmiştir. *, ** ve *** sırayla yüzde 10, 5 ve 1 istatistikî önemi gösterir.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Davranışsal iktisadın kadınların rekabetten kaçındığına dair bulgularının emek piyasasındaki davranışlara tezahür etmesi, gerek bu piyasaların işleyişi, gerek kadınların refahı için olumsuz etkiler doğurabilecek önemli bir meseledir. Bu minvalde bu araştırmada iş arayan eğitimli bireylerin rekabet karşısında ne gibi bir tutumda bulunduğu araştırılmıştır. Rekabeti göstermek için işe alımların durduğu, işten çıkarmaların arttığı dolayısıyla emek piyasasında talebin düşerken ek çalışan etkisi ile arzın çoğaldığı 2008-2009 küresel kriz dönemi kullanılmıştır. İş arayan kadınlar ve erkekler arasındaki farkı en aza indirebilmek için lise üzeri eğitimli bireyler çalışmaya dahil edilmiştir.

Araştırmamızın kullandığı farkların farkı yönteminden elde edilen sonuçlara göre küresel kriz ortamı, kadınların işsizlik oranını arttırarak kadınlar açısından rekabetin artmasına sebebiyet vermiştir. Zira kadınların kriz nedeniyle işsiz kalma ihtimalinin erkeklere kıyasla yüzde 1,5 daha fazla olduğu görülmüştür. Ancak kadınların rekabetten çekindiği varsayımının öngördüğü gibi ekonomik kriz kadınların iş arama yöntemlerini kullanmalarını olumsuz etkilememiştir. Aksine rekabetin arttığı bu dönemde iş arama kanallarını kullanmaktan çekinmek yerine bazı kanalları daha sıklıkla kullanmaya başladıkları görülmüştür. Kriz

döneminde kadınların erkeklere göre internet kariyer sitelerine veya özel istihdam ofislerine başvurma ihtimali yüzde 2,8 oranında artmıştır. Bir başka iş arama yolu olan gazeteyle ilan vermek veya gazetede ki ilanı cevaplandırmak yüzde 3,1 seviyesinde bir artış ile kadınlar tarafından daha sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Bunların neticesinde kadınların kullandığı iş arama kanallarının sayısı 0,16 kadar artmıştır. Analiz sonuçlarından elde edilen bulgulara göre, kadınların kriz döneminde alternatif iş arama kanallarına başvurma ihtimali erkeklere kıyasla daha yüksektir.

Bu durumda kadınların beklendiğinin aksine rekabetten kaçınmak yerine rekabet ortamında daha aktif olarak iş aradıkları sonucuna varılmaktadır. Buna göre daha önceki çalışmalarda varılan sonuç olan kadınların rekabet ortamına girmeyi tercih etmiyor oluşu karakteristik değildir. Bir başka deyişle bu davranış duruma göre değişmektedir, örneğin yarışma ortamında rekabetten kaçınıldığı görülürken iş ararken daha fazla çaba göstermekten geri durmadıkları görülmektedir. Deneysel iktisat yazını kadınlar ile erkekler arasındaki bu farkın kendine güven farkında kaynaklı olabileceğine vurgu yapmıştır. Zira deneylerde performansı kötü olan erkeklerin bile performansı iyi olan kadınlara kıyasla kendilerine daha çok güvendiği ortaya çıkmıştır. Bu durumun iş arama davranışına da tezahür etmiş olması muhtemeldir. Kadınlar benzer biçimde kendilerine daha az güvendikleri için kriz döneminde iş bulma ihtimallerini düşük görerek daha fazla kanala başvuruyor olabilirler.

Elbette ki iş arama davranışının iş bulma ile nihayete erme ve bulunan işten memnuniyet gibi konularda ne ölçüde işe yarayacağı da bir önem teşkil etmektedir. Ancak mevcut çalışma iş arama davranışı ile kısıtlı olup, bu davranış farklarının doğuracağı sonuçlar konusu irdelenmeye ve üzerinde çalışılmaya açık bir alandır.

Kaynakça

- AYHAN, S. H. (2018). Married women's added worker effect during the 2008 economic crisis—The case of Turkey. *Review of Economics of the Household*, 16(3), 767-790.
- BASLEVENT, C., & ONARAN, O. (2003). Are married women in Turkey more likely to become added or discouraged workers. *Labour*, 17(3), 439-458.
- BERTRAND, M., & HALLOCK, K. F. (2001). The gender gap in top corporate jobs. *ILR Review*, 55(1), 3-21.
- ÇAĞLAR, A., KUMAŞ, H., & MORALI, T. (2015). Türkiye'de İşsizlerin İş Arama Süresini Belirleyen Faktörler: 2007-2013 Dönemi. *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi*, 5(1), 68-103.
- ELSBY, M. W., HOBGIN, B., & SAHIN, A. (2010). *The labor market in the Great Recession* (No. w15979). National Bureau of Economic Research.

- FERNANDEZ, R. M., CASTILLA, E. J., & MOORE, P. (2000). Social capital at work: Networks and employment at a phone center. *American journal of sociology*, 105(5), 1288-1356.
- FLORY, J. A., LEIBBRANDT, A., & LIST, J. A. (2015). Do competitive workplaces deter female workers? A large-scale natural field experiment on job entry decisions. *The Review of Economic Studies*, 82(1), 122-155.
- GNEEZY, U., NIEDERLE, M., & RUSTICHINI, A. (2003). Performance in competitive environments: Gender differences. *The quarterly journal of economics*, 118(3), 1049-1074.
- GÖKKAYA, Ö., LATİF, H., & UÇKUN, G. (2015). İş arama sürecinde iş ilanı çözümlemesi ve iş arayan-iş ilanı uyumu. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 25-38.
- GÜLER, B. K. (2012). İş Arama Davranışı: Bütüncül Psiko-Sosyal Bir Yaklaşım. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 14(2), 7-32.
- GÜRSEL, S., UYSAL, G., & DİNÇER, M. A. (2009). Kriz Kadınları Kendi İşlerini Yaratmaya Zorluyor.
- KROFT, K., LANGE, F., NOTOWIDIGDO, M. J., & KATZ, L. F. (2016). Long-term unemployment and the Great Recession: the role of composition, duration dependence, and nonparticipation. *Journal of Labor Economics*, 34(S1), S7-S54.
- NIEDERLE, M., & VESTERLUND, L. (2007). Do women shy away from competition? Do men compete too much?. *The quarterly journal of economics*, 122(3), 1067-1101.
- RODRIK, D. (2012). The Turkish economy after the global financial crisis. *Ekonomi-tek*, 1(1), 41-61.
- ŞENTÜRK, İ. (2019). Türkiye’de işsizlerin iş arama yoğunluğu. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(3), 615-630.
- TUTAR, K. (2015). Türkiye işgücü piyasasında iş arama kanallarının niteliği. *İş ve Hayat*, 1(2), 93-106.
- WEBER, A., & MAHRINGER, H. (2008). Choice and success of job search methods. *Empirical Economics*, 35(1), 153-178.
- YAGAN, D. (2019). Employment hysteresis from the great recession. *Journal of Political Economy*, 127(5), 2505-2558.