

İlcut Elif KANDİL GÖKER, *Finansal Açından Marka Değerleme ve Marka Değerinin Hissedar Değeri Üzerine Etkisi: BİST’te İşlem Gören Firmalar Üzerine Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Tez Yöneticisi: Yrd. Doç. Dr. İsrail ZOR, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Kırıkkale, 2014-08-19.

Bahadır UYSAL*

Doktora Tez Tanıtım Yazısı

İlcut Elif KANDİL GÖKER’in, Kırıkkale Üniversitesi bünyesinde ve İsrail ZOR’un danışmanlığında hazırladığı, “*Finansal Açından Marka Değerleme ve Marka Değerinin Hissedar Değeri Üzerine Etkisi: BİST’te İşlem Gören Firmalar Üzerine Bir Araştırma*” isimli doktora tezi, 2014 yılında kabul edilmiştir. Giriş, dört bölüm ve sonuçtan oluşan çalışma, 217 sayfadır.

1980 sonrası yaşanan ekonomik dönüşümünde, rekabet avantajının maddi olmayan varlıklar ile sağlanacağına vurgu yapan Göker’in bu çalışmasında, firmaların piyasa değerini etkileyen bir ekonomik varlık olarak düşünülen “*Marka Değeri*”nin, firmaların değer yaratma performansını, başka bir ifade ile “*Hissedar Değeri*”ni etkileyip etkilemediğini incelenmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde, marka ve marka değeri etrafında oluşan kavramsal çerçeve; pazarlama ve finansman boyutları dikkate alınarak geniş bir perspektifle incelenmiştir. Markanın muhasebeleştirilmesi uluslararası örneklerle açıklanmış, marka değerinin kullanım alanları tartışılmıştır.

Finansal olarak anlam ifade edecek olan marka değerinin hesaplanmasına ilişkin modeller, çalışmanın ikinci bölümünü oluşturmaktadır. Marka değerlendirme modelleri “*Davranışsal Modeller*”, “*Finansal Modeller*” ve “*Karma Modeller*” olmak üzere üç kategoride incelenmiştir.¹ Çalışmaya katkı sağlayacak finansal ve karma modeller detaylandırılmış ve yöntem farklılıklarının model çıktılarına olan etkisi üzerine değerlendirmeler yapılmıştır.²

Değere dayalı yönetim anlayışı ve bunun önemli bir unsuru olan hissedar değeri kavramının incelendiği üçüncü bölüm ile çalışmanın teorik kısmı sonlandırılmış-

* Arş. Gör., Kırıkkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman A.B.D.

1 Göker, a.g.e., s. 60.

2 Göker, a.g.e., s. 106.

tır. Hissedar değerinin ölçülmesinde kullanılan “*Geleneksel*” ve “*Değere Dayalı*” performans ölçüm yöntemleri alt başlıklar halinde incelenmiştir.

Dördüncü bölüm, marka değerinin hissedar değeri üzerindeki etkisinin sınındığı uygulama kısmından oluşmaktadır. Literatürdeki birçok çalışmada olduğu gibi marka değeri verileri için bağımsız bir marka değerlendirme kuruluşunun yayınladığı Türkiye raporları referans alınmış, ihtiyaç duyulan finansal veriler Borsa İstanbul’dan sağlanmıştır. Veri setindeki sınırlılıklara dikkat çekilerek veri setinde yapılan düzenlemeler detaylı şekilde anlatılmıştır. Performans ölçüm yöntemlerindeki farklılıklar göz önünde bulundurularak hissedar değeri göstergesi olarak dört farklı bağımlı değişken seçilmiş, her bir bağımlı değişken için ayrı bir model kurulmuştur. Değişkenlerin öncül testleri yapıldıktan sonra modeller, panel en küçük kareler yöntemi ile tahmin edilmiştir. Analiz sonuçlarında literatüre benzer şekilde marka değerinin hissedar değerini pozitif yönde etkilediği gözlemlenmiş, yapılan değerlendirmeler ile bölüm sonuçlandırılmıştır.

Sonuç olarak Göker’in bu çalışması, kısa vadede hissedar değerinin marka değerindeki artıştan pozitif yönde etkilendiğini kanıtlamış ve uluslararası literatürdeki benzer çalışmalarla karşılaştırılabilir bir model ortaya koymuştur. Uluslararası bir bağımsız marka değerlendirme kuruluşunca belirlenmiş Türkiye verilerinin kullanıldığı ilk çalışma olma niteliğini de taşıyan bu çalışma³, literatüre katkısı ile yapılacak yeni çalışmalara kaynak olma özelliğini taşımaktadır.

3 Göker, a.g.e., s. 185.