

E-ISSN: 2536 - 4464



**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ**

**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL**



Yıl/Year: 2021

Cilt/Volume: 11

Sayı/Number: 01

**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ**

**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL**

İmtiyaz Sahibi / Publisher

Prof. Dr. Niyazi CAN
Rektör / Rector

Editörler Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN (Baş Editör / Editor-in-Chief)
Dr. Öğr. Üyesi Elif KOCAGÖZ (Editör Yardımcısı / Assistant Editor)
Dr. Öğr. Üyesi Aysegül KÜÇÜKDAĞLI (Editör Yardımcısı / Assistant Editor)
Prof. Dr. M. Mustafa KISAKÜREK (Alan Editörü / Field Editor)
Prof. Dr. İbrahim ÖRNEK (Alan Editörü / Field Editor)
Prof. Dr. İbrahim Ethem TAŞ (Alan Editörü / Field Editor)
Prof. Dr. Toğrul İSMAYIL (Alan Editörü / Field Editor)
Prof. Dr. Abdullah SOYSAL (Alan Editörü / Field Editor)
Prof. Dr. Ali Haluk PINAR (Alan Editörü / Field Editor)
Prof. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK (Alan Editörü / Field Editor)

Sekreteryaya / Secretary

Arş. Gör. Kevser ÖZYAŞAR

KSÜ İİBF DERGİSİ / KSÜ JOURNAL OF EASF

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Avşar Yerleşkesi
46100 KAHRAMANMARAŞ

Tel: (0344) 300 1574

Fax: (0344) 300 1532

<http://iibfdergisi.ksu.edu.tr>

iibfdergisi@ksu.edu.tr

E-ISSN: 2536-4464

Yayın Türü / Type of Publication

Online Süreli Yayın-Ulusal Hakemli Dergi
Online Periodical-National Peer-Reviewed Journal

Dizgi / Type Setting

Arş. Gör. Kevser ÖZYAŞAR

**Haziran / June
2021**

DANIŐMA KURULU* / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Osman PEKER	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Harun UÇAK	Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Emre ALKIN	Altınbaş Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan GEGEZ	Altınbaş Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Özgür TONUS	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Erinç YELDAN	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. Majed R. MUHTASEB	California State Polytechnic University
Prof. Dr. Arthur T. DENZAY	Claremont Graduate University
Prof. Dr. Muammer TEKEOĞLU	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan KOCAGÖZ	FOM University of Applied Sciences
Prof. Dr. Anarkul URDALETOVA	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
Prof. Dr. Murat TAŞDEMİR	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet İNCEKARA	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ertuğrul KIZILKAYA	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Burak ATAMTÖRK	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Cem SAATÇIOĞLU	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. F. Bahar ŐANLI GÖLBAHAR	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Seyhun DOĞAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Aydan KANSU	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Zekai ÖZDEMİR	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Esra NEMLİ ÇALIŞKAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. N. Alkan SOYAK	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Suat OKTAR	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin GÖRİŐ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Murat ÇOKGEZEN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet YILMAZ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nadir EROĞLU	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nurdan ASLAN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut TEKÇE	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. BarıŐ TEKİN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TABAKOĞLU	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Başak YÜCEMEMİŐ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz BAHÇEKAPILI	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. EriŐah ARICAN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Gölüm AKALIN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. AyŐe GÖNER	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Gölay YILMAZ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Pirtini	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa KİBAROĞLU	MEF Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail TUNCER	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin KAR	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Güzin ERLAT	Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Şaban NAZLIOĞLU
Prof. Dr. Kerem ALKIN
Prof. Dr. M. Kabir HASSAN
Prof. Dr. Tony ROYLE
Doç. Dr. Hakan HOTUNLUOĞLU
Doç. Dr. Tayfur BAYAT
Doç. Dr. Selman YILMAZ
Doç. Dr. Mehmet Akif İÇKE
Doç. Dr. Başak Turan İÇKE
Doç. Dr. Jale Yalınpala ÇOKGEZEN
Doç. Dr. Semiha AYTEMİZ
Doç. Dr. İlkay YILMAZ
Doç. Dr. Erkan AKTAŞ
Doç. Dr. Selim KAYHAN
Doç. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN

Pamukkale Üniversitesi
Türkiye İhracatçılar Meclisi
University of New Orleans
University of York
Adnan Menderes Üniversitesi
İnönü Üniversitesi
İstanbul Üniversitesi
İstanbul Üniversitesi
İstanbul Üniversitesi
Marmara Üniversitesi
Mersin Üniversitesi
Mersin Üniversitesi
Mersin Üniversitesi
Necmettin Erbakan Üniversitesi
Pamukkale Üniversitesi

*** İsimler unvan ve üniversite isimleri esas alınarak alfabetik sıraya göre dizilmiştir.**

BU SAYININ HAKEMLERİ* / REFEREES

Prof. Dr. Mehmet CİHANGİR	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan EVİN	Adıyaman Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep HATUNOĞLU	Tarsus Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz TORAMAN	Inönü Üniversitesi
Doç. Dr. Ejder AYÇİN	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Abdullah AYDIN	Muş Alparslan Üniversitesi
Doç. Dr. Mihriban COŞKUN ARSLAN	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Doç. Dr. Öznur ARSLAN	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Şükran KARACA	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Doç.Dr. ERSİN KURNAZ	Erzincan Üniversitesi
Doç. Dr. Yaşar ÖZ	Bartın Üniversitesi
Doç.Dr. ŞULE YÜKSEL YİĞİTER	Erzincan Üniversitesi
Doç. Dr. Nurcan YÜCEL	Fırat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsmet BOLAT	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ÇEMBERLİTAŞ	Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Seval ELDEN ÜRGÜP	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şefik ÖZDEMİR	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Merve TUNCAY	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Feyzi YAŞAR	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

* İsimler unvan ve soyisim esas alınarak alfabetik sıraya göre dizilmiştir.

ABOUT THE JOURNAL

- KSU Economic and Administrative Sciences Journal is a peer-reviewed online journal that is written Turkish or English and published 2 times in a year (June and December).
- With publication of journal, it is intended to increase communication and information sharing among researchers, professionals, academics and policy makers and to work financial and economic system effectively.
- All articles submitted to journal should not have been published or submitted for publication in other journals. Studies presented in scientific congresses and symposia can publish. Some types of submissions are original research, review articles, case report Project, presentation and book review (provided that article format).
- Firstly, articles are assessed by editor. If articles deemed appropriate in terms of subject matter and content, editor sends them two referees. However, in case of disagreement between the two referees, article is evaluated by the Editorial Board and editorial board decides whether publish or not. In case of asking for correction, author has to send corrections within 15 days.
- All rights' of accepted articles belong to KSU Economic and Administrative Sciences Journal. Authors are responsible for thoughts and opinions mentioned in articles. Published articles can be used by quoting as authority.
- Articles should be e-mailed to iibfdergisi@ksu.edu.tr
- The adress is **KSU Journal of EASF, Kahramanmaraş Sütçü İmam University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Avsar Campus, 46100 KAHRAMANMARAŞ**

DERGİ HAKKINDA

- KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, iktisadi ve idari bilimlere ait bilim dalları ve bölümlere ilişkin Türkçe veya İngilizce yazılmış, literatüre katkıda bulunacak özgün makalelerin yer aldığı yılda 2 kez (Haziran ve Aralık) elektronik olarak yayınlanan hakemli bir dergidir.
- Derginin yayımlanmasıyla; akademisyenler, profesyoneller, araştırmacılar ve politika yapıcılar arasındaki iletişimin ve bilgi paylaşımının artırılarak, finansal ve ekonomik sistemin etkin çalışmasına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.
- Yayımlanmak üzere gönderilen makalelerin başka bir yayın organında yayımlanmamış ya da yayımlanmak üzere gönderilmemiş olması gereklidir. Bilimsel kongre ve sempozyumlara bildiri olarak sunulmuş çalışmalar da yayınlanabilir. Dergide yayınlanması için gönderilecek çalışma türleri şunlardır: Özgün araştırma ve inceleme makaleleri, derleme makaleler, olgu sunumu, proje tanıtımı, kitap tanıtımı (Makale formatı olması şartıyla).
- Makaleler editörler tarafından konu, şekil ve içerik yönünden değerlendirilip uygun görülenleri iki hakeme gönderilir. Ancak, hakem raporları arasında görüş ayrılığı varsa, makale Editörler Kurulu tarafından değerlendirilerek, yayımlanması ya da yayımlanmamasına karar verilir. Düzeltme istenilmesi durumunda, yazarın ilgili düzeltmeleri yaparak en geç 15 gün içerisinde dergiye göndermesi gerekmektedir. Ampirik çalışmalarda gerekli görüldüğü hallerde yazardan kullandığı veri ve bilgisayar kodları istenebilir.
- Yayımlanması kabul edilen makalelerin bütün hakları KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisine aittir. Makalelerde belirtilen düşünce ve görüşlerin tamamından yazarları sorumludur ve söz konusu düşünce ve görüşler KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesini bağlamaz. Dergide yayımlanan makalelerden kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.
- KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisinde yayımlanmak üzere gönderilecek makalelerin, iibfdergisi@ksu.edu.tr adresine elektronik ortamda gönderilmesi gereklidir.
- Adres; **KSÜ İİBF DERGİSİ, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Avşar Yerleşkesi, 46100 KAHRAMANMARAŞ**'tır.

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Öğrenen Organizasyonlarda Öğrenme Yönelimliliğinin Yenilik Performansına Etkisi: Antalya İli Oteller Örneği	1
The Effect of Learning Orientation on Firm Innovativeness in Learning Organizations: The Case of Antalya Province Hotels	
Şerife UĞUZ ARSU	
Muhasebe Derslerinde Öğretme ve Öğrenme Sorunu: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Muhasebe Öğretim Elemanları Üzerinde Nitel Bir Araştırma	21
Teaching and Learning Problem in Accounting Lessons: A Qualitative Research on Sivas Cumhuriyet University Accounting Lecturers	
Mehmet DEMİR, Hasan ÇAŞUT	
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmaları Benzer Temalar Üzerine Mi Yoğunlaşmaktadır? BİST 100 Şirketleri Üzerine Bir Araştırma	43
Are Corporate Social Responsibility Studies Concentrated on Similar Theme? A Research on BIST 100 Companies	
Nadide MACİT, Oğuzhan AYTAR	
İslami Finansa Diyanet Personelinin Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma	67
A Research on the Religious Affairs Staff's Perspective of Islamic Finance	
Mehmet Ali AYÇİLEK, Yücel AYRIÇAY, Nur Esra BEKERECİ	
Tüketici Yenilikçiliğinin Online Simülasyonlu Ürün Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisinin Belirlenmesine Dair Bir Araştırma	91
A Research on the Determination of The Impact of Consumer Innovation on an Intention of Purchasing Online Simulated	
Gürkan ULUSOY, Funda CİVEK, Leyla BEZGİN EDİŞ	

Türkiye'deki Özel Ve Kamu Katılım Bankalarının 2015-2020 Dönemi Karlılıklarının Oran Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

109

Investigation of the Profitability of Private and Public Participation Banks in Turkey For The 2015-2020 Period by Ratio Analysis Method

Servet ÖNAL, Süleyman ERASLAN, Hacı Afşin ÖZDOĞAN

Hisseleri BIST Gelişen İşletmeler Piyasasında (XPGIP) İşlem Gören Şirketlerin Finansal Performanslarının Analizi: Halka Arz Öncesi Ve Halka Arz Sonrası Bir Karşılaştırma

125

Analysis of the Financial Performances of Companies Traded on the BIST Emerging Companies Market (XPGIP): A Comparison Before and After IPO

Bayram KOÇDEMİR, Recep Ali KÜÇÜKÇOLAK

Sorumlu Ortak Başdenetçi Rotasyonunun Kar Yönetimi Uygulamaları Üzerindeki Etkisi: İmalat Sektöründe Bir Uygulama

143

The Effect of Responsible Partner Rotation on Earnings Management: An Application in the Manufacturing Industry

Ahmet AKGEMCİ, Aydın KARAPINAR

ÖĞRENEN ORGANİZASYONLARDA ÖĞRENME YÖNELİMLİLİĞİNİN YENİLİK PERFORMANSINA ETKİSİ: ANTALYA İLİ OTELLER ÖRNEĞİ

Şerife UĞUZ ARSU

Arş. Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
serifeuguz@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7922-4597

Öz

Günümüz rekabet ortamında hızla değişen koşullara sahip olan otel işletmelerinin ayakta kalabilmesinin yolu bir ölçüde sürekli öğrenme, öğrenen bir organizasyon olabilme, bilgiyi elde etme, paylaşabilme ve yenilikçi olabilme çabalarına bağlıdır. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı, otel yöneticilerinin öğrenme yönelimliliği ile yenilik performansları arasında bir ilişkinin var olup olmadığını incelemek olarak belirlenmiştir. Bu amaç gözetilerek hazırlanan anket formu, Antalya ilinde faaliyetlerine devam eden 11 otelin 151 yöneticisine uygulanmıştır. Çalışmada öğrenme yönelimliliğinin alt boyutlarından “paylaşılan vizyon”, “açık fikirlilik” ve “bilgi transferi” alt boyutlarının yenilik performansı üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelime: Öğrenme Yönelimliliği, Yenilik Performansı, Oteller.

THE EFFECT OF LEARNING ORIENTATION ON FIRM INNOVATIVENESS IN LEARNING ORGANIZATIONS: THE CASE OF ANTALYA PROVINCE HOTELS

Abstract

In today's competitive environment, the way for hotel businesses to survive, which has rapidly changing conditions, depends to some extent on continuous learning, being a learning organization, acquiring and sharing information and being innovative. From this point of view, the aim of this study is to examine whether there is a relationship between learning orientations and innovation performances of hotel managers. The questionnaire prepared for this purpose has been applied to 151 managers of 11 hotels in Antalya. In the study, it was concluded that “shared vision”, “open-mindedness” and “knowledge sharing” sub-dimensions of learning orientation have an effect on innovation performance.

Keywords: Learning Orientation, Innovation Performance, Hotels.

1. GİRİŞ

Yenilikleri takip ederek örgütlerinde uygulamaları ya da yeniliklerin bizzat örgütleri tarafından geliştirilmesi işletmelerin rekabetçi pazar şartlarında hayatta kalabilmesinin yollarındandır. Yenilikleri geliştiren veya örgütlerine adapte etmeyi başaran işletmeler pazarda rekabet üstünlüğü sağlamak için bir fırsat elde etmektedir (Tekin, Güleş & Ögüt, 2006:147-148). Pazarda yeniliklerin gelişmesine katkı sağlayan işletmelerin artması bir ülke için de istenen bir durumdur. Çünkü yenilik, istihdamın gelişmesinin, yaşam kalitesinin artmasının ve ekonomik büyümenin anahtar faktörüdür. (Elçi, 2007:32).

Yenilik sürecinin ana kaynağı yeni olan bilginin üretilmesi ve edinilmesidir (Yiğit & Özyer, 2011:333). Bilginin edinilmesi; bilginin öneminin arttığı, bilginin üretim için ana kaynak olduğu, rekabet edebilmek için bilgi kullanımının ve dolayısıyla sürekli değişim ve gelişmenin gerekli ve kaçınılmaz olduğu günümüzde son derece kolaylaşmıştır (Ögüt, 2009:1; Karabulut, 2015:12). Ancak esas olan, edinilen bilginin örgüt içerisinde transferinin sağlanmasıdır. Çünkü örgüt içerisindeki bilgi transferi, örgütsel öğrenme ve başarının en önemli özelliklerinden biridir. Bilgi transferinin sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi, örgütsel öğrenmenin de başarılı ve kaliteli olmasına yardım eder. Bu şekilde örgütün rekabet edebilirlik özelliği de gelişecektir (Balay, 2004:17). Örgüt bireylerinin bilgilerinin ve örgüt içindeki bilgi akışının etkileşimi neticesinde örgütsel bilgi üretilmektedir. Bu etkileşim süreci örgüt kültürü, yapısal nitelikler ve strateji gibi unsurların da etkili olduğu öğrenme sürecidir. (Nonaka vd., 2000). Öğrenme sürecinde elde edilen bilgiler sayesinde de bilgi birikimi sağlanmakta ve elde edilen yeni bilgi, bilgi envanterini geliştirerek yeniliklerin elde edilmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla günümüz dünyasında örgütler rekabetçi kalabilmek için sürekli öğrenme yönelimli olabilmenin, bilgiyi kullanabilmenin, paylaşabilmenin ve yenilikçi olabilmenin yollarını aramalıdır (Albeni & Karaöz, 2003:159-168). Özellikle turizm sektöründeki yoğun rekabetten dolayı, Türkiye’de otellerin rekabetçi kalmaları bir zorunluluk halini gelmiştir. Rekabetçi kalmanın bir yolu da sürekli olarak öğrenme ve yenilik yaparak pazarda yer edinmeyi gerektirmektedir. Bu gerekliliğin motivasyon kaynağı olarak belirlendiği bu çalışmada otellerin öğrenme yönelimliliğinin yenilik performansı üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır.

Araştırma amacına yönelik olarak öncelikle öğrenme yönelimliliği ve yenilik performansının kavramsal yapısı incelenmiştir. Daha sonra bu kavramların ilişkilerinin incelendiği mevcut literatür taranmıştır. Sonrasında araştırmanın yöntem bilim çerçevesi çizilerek bulgular verilmiştir. Son olarak ise araştırma sonuçları incelenerek öneriler yapılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Ulusal ve uluslararası stratejik birlik ve katılımlarla kurumsal değişimin baş döndürücü bir hız arz ettiği günümüzde ekonomik ve teknolojik gelişmeler nedeniyle ‘öğrenme’ çok kritik bir biçimde önem kazanmıştır. Organizasyonları öğrenmeye bağımlı hale getiren önemli bir boyut da yeni ekonomik düzenin temelini “bilgi” olmasıdır. Bilgi çağının modern organizasyonları olarak tanımlanabilecek ‘öğrenen

organizasyonlar' ın nasıl oluşturulacağı ya da örgütlerin nasıl öğrenme yönelimli bir örgüt haline getirileceği konusu üzerinde önemle durulmalıdır (Öğüt, 2009:124-127).

2.1. Öğrenme Yönelimliliği

Goddard Örgütlerin öğrenmesi konusu ve öğrenen örgüt kavramı 1950'li yıllarda "Sistem Teorisi" ile ortaya çıkmıştır (Genç, 2005:196). 1980'ler de ise Shell'in, stratejik planlama ile ilgili örgütsel öğrenmeyi ortaya koyması, öğrenen organizasyonları ilgi odağı haline getirmiştir (Çam, 2002:55). Öğrenen organizasyonun çağdaş bir uygulama olması ise, Peter Senge'nin 1990 yılında yayınladığı 'The Fifth Discipline' isimli kitabı ile mümkün olmuştur (Atak & Atik, 2007:64). Bu gelişmeler ışığında 1950'li yıllardan başlayarak Senge'nin çalışmaları ile ilgi odağı haline gelen öğrenen organizasyonlar bir yönetim tekniği olarak günümüze kadar gelişimini sürdürmüştür (Kingir & Mesci, 2007:65).

1990'lardan sonra ise; literatürde yer alan örgütsel öğrenmeye ilişkin çalışmaların büyük çoğunluğu, örgütlerde öğrenme yönelimlilik, yenilikçilik, rekabet ve performans düzeyleri gibi faktörlerle ilişkili olarak incelenmeye başlanmıştır (Avcı, 2009:124). Bu bağlamda örgütlerin öğrenmesi, rekabet avantajı sağlamak için, bilginin üretilmesi, paylaşılması ve kullanılması kabiliyeti ile alakalı bir örgütsel süreçtir (Sinkula, Baker & Noordewier, 1997:306).

Senge'ye göre ise; örgütsel öğrenme, insanların arzuladıkları sonuçları yaratma kabiliyetlerini sürekli geliştirdikleri, içinde yeni ve sınırsız düşünce kalıplarının beslendiği, insanların devamlı olarak birlikte öğrenmeyi başardıkları bir süreçtir (Senge, 1996:11). Örgütsel öğrenme bireylere kendilerini devamlı olarak geliştirmelerini ve mevcut durumu tamamıyla anlamaları için gerekirse kendilerini sorgulayabilme yeteneğini kazandırmaktadır (Şimşek, 1998:385).

Öğrenme sayesinde kendini yenileyen, sorgulayan, değişen ve bunun sonucunda da kendini güncellemeyi başaran örgütler, hedeflerine daha kolay ulaşmakta, uygulamak istediklerini daha hızlı uygulayabilmektedir (Çam, 2002:56). Öğrenen örgütlerin kendi geleceklerini oluştururken daha aktif bir şekilde davranmaları öğrenen örgütlerin önemini ortaya koymaktadır (Şimşek, 1998:386).

Örgütsel öğrenmenin önemi de göz önüne alındığında, yapılan çalışmalarda (Senge, 1996; Sinkula vd., 1997; Calantone, Cavusgil & Zhao, 2002) öğrenme yönelimli organizasyonların sahip olduğu bileşenlerden ve yeterliliklerden bahsedilirken hangi örgütlerin net olarak öğrenen örgüt olarak kabul edileceklerine dair bir ölçüt verilmemiştir (Avcı, 2009:124). Calantone vd. (2002:516)'ne göre ise öğrenme yöneliminin dört bileşeni; öğrenme, paylaşılan vizyon, açık fikirlilik ve kurum içi bilgi paylaşımına bağlılıktır. Yine Sinkula vd. (1997:309)'ne göre firmanın öğrenmeye katkını ile rutin olarak ilişkilendirilen üç örgütsel değer, öğrenme, açık fikirlilik ve paylaşılan vizyona bağlılıktır. Bu hususta literatürde en fazla kabul gören yaklaşım Senge'nin (1996) yaklaşımıdır. Senge (1996:16-19)'ye göre öğrenme yönelimlilikte ve öğrenen örgütlerin oluşmasında hayati önemi olan 5 disiplin bulunmaktadır. **Kişisel Ustalık (Personel Mastery):** Kişisel ustalık, kişinin ufkunu sürekli olarak geliştirme,

derinleştirme, enerjiyi odaklama, sabrı geliştirme ve gerçeği nesnel olarak görme sürecidir (Senge, 1996:16). **Zihni Modeller (Mental Models):** Bireylerin zihnine yerleşmiş, kalıplaşmış genellemeler, varsayımlar, imgeler ve resimler şeklinde kişinin anlayışlarını ve davranışlarını etkilerler. Hatta çoğu kez bireyler bu etkilerin farkında olmazlar (Öneren, 2008:169). Örgütlerin öğrenme yönelimli olmaları ve öğrenen bir organizasyona haline gelebilmeleri için öncelikle düşünme modellerini geliştirmeleri gerekmektedir (Gürkan, 2007:122). **Paylaşılan Vizyon (Shared Vision):** Paylaşılan vizyon, örgütü oluşturan kişilerin benimsemiş olduğu bir ümit, bir idealdir. Öğrenen örgütler için son derece önemlidir. Ortak bir vizyon oluşturmak için öncelikle ortak bir ideoloji oluşturulur ve bu ideoloji doğrultusunda herkesin fikri alınır. Bu şekilde örgütü oluşturan bireylerin özgüvenleri artacak ve kendilerini örgütün ayrılmaz bir parçası gibi hissedeceklerdir (Şimşek, 1998:388). **Takım Halinde Öğrenme (Team Learning):** Takım haline öğrenme, bireylerin birlikte düşünme olgusuna dayanır. Bu yüzden takım halinde öğrenme diyalog ile başlayan birlikte öğrenme sürecidir. Çünkü modern örgütlerde öğrenme birimi bireylerden ziyade takımlardan oluşmaktadır. Takım halinde öğrenme gerçekleşmedikçe örgütler de öğrenemez (Senge, 1996:18-19). **Sistem Düşüncesi (Systems Thinking):** Sistem düşüncesinin özü karşılıklı ilişkileri ve değişim süreçlerini kavramaktır (Kıngır & Mesci, 2007:74). Kendisini oluşturan alt sistemlerden meydana gelen bir bütün olarak sistem, hem alt sistemlerin birbirleriyle hem de sistemin bütünüyle etkileşim halindedir. Bu nedenle sistem, içinde bulunduğu çevresel olayların yarattığı etkiyle sürekli değişim ve dönüşüm göstermelidir. Bu da ancak örgütsel öğrenme ile mümkündür. Sistem düşüncesi öğrenme yönelimliliğin tüm ayrıntılarını anlaşılır kılar; kişilerin ve örgütlerin kendilerini ve dünyalarını anlama biçimidir (Senge, 1996:21).

2.2. Yenilik Performansı

İnovasyon ve bilgi teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte ülkeler arasındaki sınırların giderek kaybolduğu küreselleşen dünyada, yaşanan değişimler ve farklılıklarla örgütler arası rekabet de farklılaşmıştır. Örgütler pazarda daha iyi ve istikrarlı bir konum elde edebilmek için rekabet avantajı elde etmeye çalışmaktadırlar. Örgütler için rekabet avantajı elde etmenin en iyi yollarından biri de yenilikçiliktir (Ramadani & Gerguri, 2011:100). Latince “innovatus” olarak bilinen yenilik, “kültürel, idari ve toplumsal alanda yeni yaklaşımların kullanılması” anlamındadır (Elçi, 2007). İnovasyon kavramı Türkçede “yenilik”, “yenileme” kelimeleri ile karşılanmaya çalışılsa da, tek bir kelime inovasyonun anlamını karşılamada yetersiz kalmaktadır (Demir & Sezgin, 2016:22).

Bir ekonomist ve politika bilimcisi olan Joseph Schumpeter İnovasyonu “kalkınmanın itici gücü” diye tanımlanmıştır (Seyitoğulları & Yalçınsoy, 2016:14). Daha sonra yenilikle ilgili çalışmalar hız kazanmış ve her araştırmacının önemli bulduğu noktalara ağırlık vererek yeni bir tanım oluşturması nedeniyle çok çeşitli tanımlar ortaya çıkmıştır (Güleş & Bülbül, 2004:124).

Barker (2002:22) müşteri tatminine göre yeni kaynaklar yaratmak olarak ifade ederken, Eren (1981:29) örgütte bilgi toplama ve işletme yönetimi ile endüstriyel olarak üretilecek ürünlerin oluşum süreçlerini belirleyen faaliyetler olarak ifade

etmektedir. Drucker (1985:31) ise inovasyonu, örgütlü bir yapıda beraber çalışan farklı bilgi ve becerideki bireyleri verimli duruma getirmeye olanak sağlayan yararlı bilgi olarak tanımlamıştır.

İnovasyon hem yenileme/yenilenme kavramlarını karşılayan bir süreci, hem de yenilik kavramını karşılayan bir sonucu ifade eder (Mercan, Göktaş & Gömleksiz, 2011:32). OECD'ye göre; bir "süreç" olarak yenilik "bir düşünceyi pazarlanabilir bir mal ya da hizmete, yeni bir üretim ya da dağıtım tekniğine veya toplumsal bir hizmet yöntemine" dönüştürmektir. Yenilik bir "sonuç" olarak düşünüldüğünde ise; "bu süreç neticesinde elde edilen pazarlanabilir yeni ürün, metot veya hizmet" anlamındadır (European Commission, 1995:4).

Yenilik sistemlerinin en önemli kilit noktası örgütlerdir. Örgütler dış çevre etkilerini kullanarak yenilik yapmayı ve yeniliği etkin yönetmeyi başardıkları ölçüde yenilikçiliğin kilit noktasında yer alacaklardır. Dolayısıyla örgüt içinde yer alan bütün bireyler ve örgütün bütün birimleri, ortak bir sorumluluk anlayışı geliştirerek yenilikçi çabalara katkıda bulunmalı ve yeni ürün ve süreçlerin gelişmesine destek olmalıdırlar (Durna, 2005:80). Bu yenilikçi çabalar; yeni teknolojilerin, yeni ürün ve / veya hizmetlerin, yeni üretim süreçlerinin ve yeni organizasyon yapılarının keşfi, denenmesi ve geliştirilmesi gibi çabalardır (Carneiro, 2000:92-93). Söz konusu çabaların en iyi şekilde yönetilmesi örgütlere rekabet üstünlüğü kazandıracaktır. Yeniliğin başarılı bir şekilde yönetilebilmesi ise sürekli bir öğrenme ile gerçekleşecektir. (Elçi, 2007:170).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Son yıllarda öğrenme yönelimliliği ve yenilik performansı birçok çalışmada bir arada ele alınmıştır (Aboobaker ve Zakkariya, 2021; Inkumsah, Abdul-Hamid & Angenu, 2021; Mutonyi, Slåtten & Lien, 2020; Sawaean ve Ali, 2020; Martinez, Serna & Guzman, 2018; Atitumpong ve Badir, 2018). Özellikle öğrenme yönelimliliği ile yenilik performansı arasındaki ilişkilere odaklanan Hurley ve Hult (1998)'in çalışmasında; yenilikçilik ne kadar yüksek seviyede olursa firma kültürünün o kadar yüksek kapasiteyle çalıştığı ve ayrıca yüksek seviyedeki yeniliklerin öğrenen, gelişen ve katılmalı karar veren kültürlerle ilgili olduğu belirtilmiştir.

Bates ve Khasawneh (2005) tarafından yapılan araştırmada ise; organizasyonel öğrenme kültürü, öğrenme transfer iklimi ve organizasyonel yenilik arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre; öğrenen organizasyonlarda beklenen öğrenme transfer iklimi ile organizasyonel yenilik arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca bu araştırma örgütsel öğrenme kültürü ve inovasyon arasındaki bağlantıyı göstermek ve bu bağlantıda öğrenme transfer ikliminin oynadığı rolü vurgulamak için yapılan çalışmalardan biridir.

Avcı (2009)'nın çalışmasında da, öğrenme yönelimliliğinin yenilik performansı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca çalışanlar arası veya farklı hiyerarşik ilişkiye sahip bireyler arasındaki iletişimin daha sağlıklı olduğu, çalışanların fikirlerini daha özgür dile getirebildiği örgütler, öğrenme yönelimli kültüre sahip

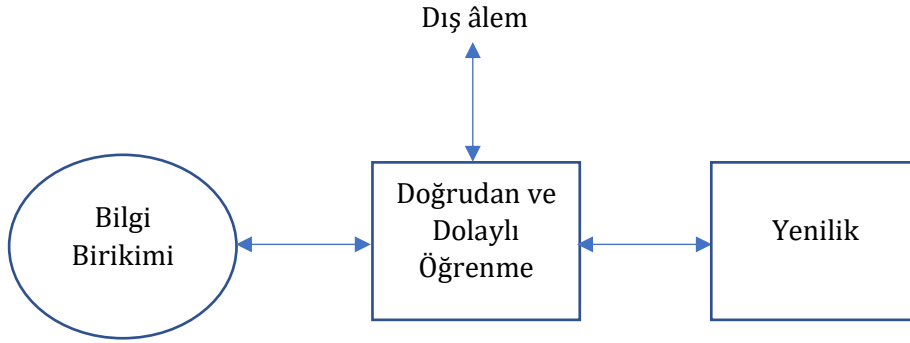
örgütlerdir. Buna ek olarak, bu kültüre sahip örgütlerde bilginin daha hızlı paylaşılmasına, örgüt dışından sağlanan deneyimlerle ürün ve süreçlerde yenilik yapılmasına imkan yarattığından da söz edilmiştir.

Özdevecioğlu & Biçkes (2012) tarafından yapılan çalışmada da örgütsel öğrenme ve yenilik arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmada örgütsel öğrenme ve inovasyon arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yine Faiz (2012), tarafından öğrenen organizasyonları yenilikçiliği ve proaktifliğini tartışmak üzere yapılan çalışmada, örgütlerin mevcut konumlarını koruyabilmeleri için risk alma, yenilik yapma ve pasif kalmamak gerektiği ifade edilmiştir. Ayrıca yenilik ve proaktifliğin hem örgütlerin canlanmasını ve iyileşmesini sağladığı hem de rekabet üstünlüğü sağlayan bir araç olduğu sonucuna varılmıştır.

Bu bağlamda; günümüzde yaşanan rekabet ortamı göz önünde bulundurularak, “bilgi” ekonomik büyüme ve kalkınma süreçlerindeki en temel kaynak, “öğrenme” en önemli süreç ve “yenilik” en hayati sonuç olarak ön plana çıkmaktadır. Yenilik eldeki bilginin ve bu bilgiye öğrenme ile yapılan katkıların bir sonucudur. Öğrenme süreci, eldeki bilginin artması veya yeni bilgilerin edinilmesine ve bunun sonucunda da bireyin belleğindeki saklı bilgilerin ortaya çıkıp paylaşılmasına olanak sağlamaktadır (Albeni & Karaöz, 2003:159-160).

Şekil 1. Bilgi Birikimi, Öğrenme ve Yenilik Arasındaki Etkileşim



Kaynak: Albeni, M. & Karaöz, M. (2003), Bölgesel Kalkınmada Öğrenme, Bilgi Birikimi ve Yenilik: Türkiye İçin Bir Perspektif, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 8(2): 150-170.

Çevresel değişimin hızlanması ve küreselleşme olgusuyla birlikte geleceğin belirsizliğinin artması, örgütlerin üretim faktörlerinin değişmesine sebep olmuştur. Bu değişim sayesinde, en önemli üretim faktörlerinden biri bilgi, en temel rekabet araçlarından biri de öğrenme haline gelmiştir. Fakat rekabetin hız kazandığı günümüz şartlarında örgütler yalnızca bireysel öğrenmeyi ön planda tutmayıp, aynı zamanda tüm çalışanların öğrenmeye katıldığı sinerjik bir yapı oluşturarak rekabete katkı

sağlamalıdır (Avcı, 2005:2). Dolayısıyla bir örgütte çevreden elde edilen bilgiler örgütün ortak değeri olmalı ve paylaşılması gerekmektedir. Çünkü örgütte paylaşılan bilgi, örgütün başarısında pay sahibi olan bireysel ve örgütsel işbirliğini doğurarak bilginin örgütün ortak kazanımı olduğu düşüncesini ortaya çıkaracaktır. Ayrıca bilgiye ulaşma yollarından biri olan öğrenme eylemi ile hem bireyler hem de örgütler faaliyetleri için bilgiyi elde etme çabasına gireceklerdir (Yılmaz, 2011:314).

Bilgiyi elde etme ve öğrenme süreci ise, doğrudan öğrenme ve dolaylı öğrenme olarak iki gruba ayrılmaktadır. Doğrudan öğrenme zaten var olan bilginin kullanımıyla istemli olarak yapılan öğrenmeler iken dolaylı öğrenme ise üretim ve pazarlama gibi normal ekonomik faaliyetler sonucu ortaya çıkan ve istemsiz olarak yapılan öğrenmelerdir (Albeni & Karaöz, 2003:160; Gregersen & Johnson, 2010:480). Literatürdeki söz konusu sınıflandırmalardan farklı olarak organizasyonların öğrenme süreci, yaparak öğrenme (Arrow, 1962), kullanarak öğrenme (Rosenberg, 1982) ve etkileşimle öğrenme (Lundvall, 1992) şeklinde sınıflandırılmıştır (Hudson, 1999:60).

Bu öğrenme türleri içerisinde en yaygın öğrenme türü ve en baskın inovasyon kaynağı etkileşerek öğrenmedir (Gregersen & Johnson, 2010:480). Çünkü hızlı teknolojik değişim ve belirsizlik ortamında örgütler nasıl rekabetçi kalabileceklerini anlama endişesiyle diğer örgütlerle etkileşime geçerek öğrenmeye önem vermektedirler (Hudson, 1999:60). Bu bakımdan bilginin değer yarattığı düşünüldüğünde bu değerın sağlanması için farklı bir sosyal yapıya yani öğrenme yönelimli olmaya ihtiyaç duyulmaktadır (Aydıntan, Göksel & Bingöl, 2010:4).

Kısaca; bilgi yenilikçiliğın kaynağı, yenilikçilik de öğrenme sürecinin bir sonucudur. Öğrenme eldeki bilgi miktarını ve yeniliğı etkilemekte, yenilik de devamlı olarak yeni bilgi elde edilmesine ve elde edilen bilginin örgütte paylaşılarak her uygulama için bir kaynak haline gelmesine katkıda bulunur. Gelecekte yeni bilgiyi yaratan, öğrenen ve onu etkin kullanabilen örgütler başarılı olacaktır. Bu da ancak inovasyon ve bilgiye hükmetmek ile mümkün olacaktır.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini, Antalya'da faaliyetlerine devam eden beş yıldızlı otel yöneticileri/sahipleri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemi ise 11 tane beş yıldızlı otelin sahibi ve yöneticileri oluşturmaktadır. Yaklaşık 270 kişiden oluşan bu 11 tane beş yıldızlı otelin sahip ve yöneticilerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 151 geçerli anket formu toplanmıştır.

4.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Sinkula v.d. (1997) tarafından geliştirilen "öğrenme yönelimliliğı" ölçeğı 11 soru ve 3 alt boyuttan oluşmuştur. Daha sonra Calantone vd. (2002) ölçeğı "bilgi transferi" alt boyutuna 5 soru ve "açık fikirlilik" alt boyutuna da 1 soru ekleyerek ölçeğı 17 soru ve 4 alt boyutta incelemiştir. Avcı (2009) ise Sinkula vd. (1997) tarafından geliştirilen 3 boyutlu ölçeğı Calantone vd. (2002) tarafından eklenen "bilgi transferi" alt boyutunu eklemiş ve 16 soruluk ölçeğı faktör analizi sonucunda 1 soru azaltarak 15

soruda incelemiştir. Bu çalışmada Avcı (2009) tarafından Türkiye’de geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış 4 boyut ve 15 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Bu çalışmada kullanılan “yenilik performansı ölçeği” Calantone vd. (2002) tarafından geliştirilip Avcı (2009) tarafından Türkçeye uyarlanan 5 soru ve tek boyuttan oluşan ölçektir.

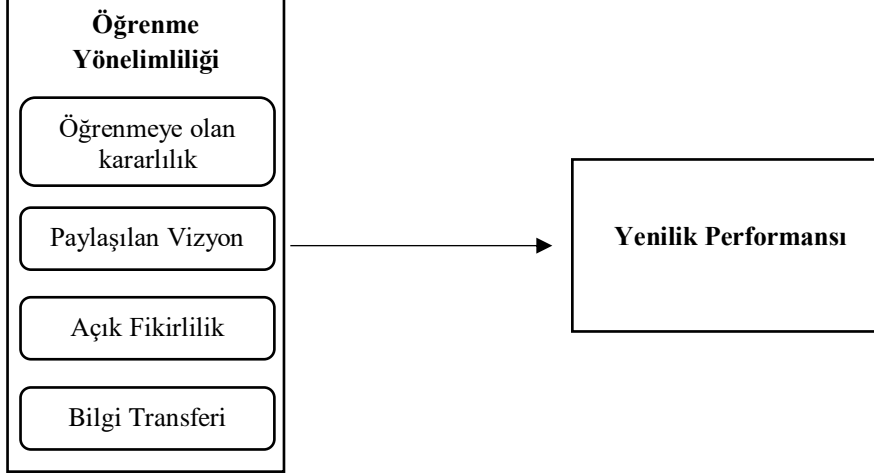
Araştırmada verilerin elde edildiği anket üç temel bölümden oluşturulmuştur. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer alırken, ikinci bölümde öğrenme yönelimliliğini ortaya çıkarmayı amaçlayan sorular yer almıştır. Üçüncü bölüm ise yenilik performansını ortaya koymak için sorular sorulardan oluşturulmuştur. İkinci bölümde yer alan sorular için 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır. (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum biçiminde yargı ifadelerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde yer alan sorular için ise 7’li likert tipi ölçek kullanılmıştır. (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (7) Kesinlikle Katılıyorum biçiminde yargı ifadelerine yer verilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programından yararlanarak, analize hazır hale getirilmiştir. Araştırmada toplanan verilere öncelikle “veri temizleme” işlemi uygulanmıştır. Bu aşamada bilinçli cevaplar verilmediği tespit edilen 13 anket formu araştırma dışında tutulmuş ve 151 kullanılabilir durumdaki anket değerlendirilmiştir.

4.3. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı, otel yöneticilerinin öğrenme yönelimliliği ile yenilik performansları arasında bir ilişkinin var olup olmadığını belirlemektir. Otel yöneticilerinin öğrenme yönelimliliğinin yenilik performansına etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda literatür dikkate alınarak öğrenme yönelimliliğinin yenilik performansı üzerinde etkili olacağı varsayımından hareketle model Şekil 2’deki gibi oluşturulmuştur.

Şekil 2. Araştırma Modeli



Araştırma modeline göre “Öğrenme Yönelimliliğinin” alt boyutları bağımsız değişkenleri, “yenilik performansı” ölçeği ise bağımlı değişkeni oluşturmaktadır. Öğrenme yönelimliliğinin yenilik performansı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapılan çalışma 1 temel hipotez, 4 alt hipotezden oluşmaktadır.

H₁: Öğrenme yönelimliliği, yenilik performansını etkiler

H_{1a}: Öğrenme yönelimliliğinin öğrenmeye olan kararlılık alt boyutu, yenilik performansını etkiler.

H_{1b}: Öğrenme yönelimliliğinin paylaşılan vizyon alt boyutu, yenilik performansını etkiler.

H_{1c}: Öğrenme yönelimliliğinin açık fikirlilik alt boyutu, yenilik performansını etkiler.

H_{1d}: Öğrenme yönelimliliğinin bilgi transferi alt boyutu, yenilik performansını etkiler.

4.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach’s Alpha katsayıları ile test edilmiştir. 15 sorudan oluşan Öğrenme Yönelimliliği Ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0,896, 5 sorudan oluşan Yenilik Performansı Ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0,923 ve 20 sorudan oluşan tüm ölçeklerin Cronbach’s Alpha katsayısı da 0,924 olarak bulunmuştur. Tablo 1’de verilen sonuçlar incelendiğinde çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilir ölçüm araçları olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi

	Cronbach’s Alpha	N
Öğrenme Yönelimliliği	0,896	15
Yenilik Performansı	0,923	5
Toplam	0,924	20

Araştırmada kullanılan Öğrenme Yönelimliliği ölçeğinin geçerliliğini test etmek için faktör analizi yapılmıştır. Yenilik performansı ölçeğine tek boyut olarak inceleneceğinden dolayı faktör analizi uygulanmamıştır. Öğrenme yönelimliliği ölçeğinin geçerliliğini test etmek adına yapılan faktör analizi sonucunda Calantone vd. (2002) ve Avcı (2009)'un çalışmasındaki faktörlere ulaşıldığından analiz “doğrulayıcı faktör analizi” özelliği taşımaktadır. Öncelikle öğrenme yönelimliliği ölçeğinin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için “KMO and Barlett’s” testi sonuçları incelenmiştir.

Kaiser-Meyer-Olkin (0,879) ve Barlett’s (sig. $p \leq 0,05$) testi sonucunda ulaşılan katsayılar test edilen ölçeğin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir. Daha sonra ölçeğin kaç faktöre ayrıldığını belirlemek adına toplam açıklanan varyanslar incelenmiştir. Faktör başına açıklanan varyansların başlangıç özdeğer (eigenvalue) katsayısı 1 olarak belirlenmiştir. Özdeğeri 1’den büyük olan dört faktörden birincisi %41,393, ikincisi %9,957, üçüncüsü %8,643, dördüncüsü %7,318 ve toplam olarak ise %67,31’lik bir varyans açıklanmaktadır.

Faktör sayısı belirlenen ölçekteki değişkenlerin hangi faktörlerde yer aldığını tespit edebilmek için “döndürülmüş bileşenler matrisi” sonuçları incelenmiştir. Analizde kullanılan döndürme yöntemi yorumlanmasındaki kolaylığından dolayı “varimax rotation” olarak belirlenmiştir. Değişkenlere uygulanan faktör analizi sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Öğrenme Yönelimliliği Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

		Faktörler			
		1	2	3	4
Açıklanan Varyanslar (%)		41,393	9,957	8,643	7,318
Özdeğer		5,795	1,394	1,210	1,025
Paylaşılan Vizyon	Tüm çalışanlar işletmemizin amaçlarına ulaşması için çaba sarf etmektedir.	,805			
	İşletmemizin vizyon ve değerleri tüm departmanlar ve çalışanlar tarafından benimsenmiştir.	,789			
	İşletmemizde çalışanlarca paylaşılmış ortak bir amaç birliği vardır.	,642			
	Çalışanlarımız kendilerini örgütün geleceğini belirlemede katılımcı olarak görmektedir.	,552			
Bilgi Transferi	İşletmemizin faaliyetlerinden edinilen deneyimleri paylaşabileceğimiz özel mekanizmalar (sistem vb.) vardır.		,741		
	İşletmemizin yönetici ve çalışanları arasında deneyimlerimizi canlı tutmayı sağlayan iyi bir diyalog vardır		,720		

	İşletmemizde üst yönetim olarak bilgi paylaşımının önemini sürekli vurgularız.		,705	
	İşletme olarak başarısız faaliyetlerimizi analiz eder ve edindiğimiz deneyimleri işletme geneli ile paylaşırız.		,636	
Açık Fikirlilik	İşletmemizde çalışanlar, piyasayı ve piyasa şartlarını sürekli sorgular.		,842	
	İşletme olarak müşteriler ve pazar ile ilgili bilgileri sürekli olarak sorgularız.		,790	
	İşletme olarak kendi kararlarımızı ve faaliyetlerimizi sürekli sorgularız.		,759	
Öğrenmeye Olan Kararlılık	İşletmemizin gelişmesinde öğrenme anahtar faktör olarak görülmektedir.			,833
	İşletmemizin rekabet avantajı yaratmasında öğrenme anahtar faktör olarak görülmektedir.			,817
	İşletmemizde öğrenme örgütün devamlılığını garanti eden temel araç olarak görülmektedir.			,620
	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)			0,879
	Bartlett's Test (Sig.)			0,000
	Toplam Açıklanan Varyans (%)			67,311

Faktör analizi yapılırken “Öğrenmeye Olan Kararlılık” altında kalan ifadelerden bir tanesinin faktör yükü 0.40’tan düşük olduğundan değerlendirmeye alınmamıştır. Dolayısıyla, nihai sonuçta toplam 14 ifade faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucu ulaşılan alt boyutlar; Faktör 1: Paylaşılan Vizyon, Faktör 2: Bilgi Transferi, Faktör 3: Açık Fikirlilik ve Faktör 4: Öğrenmeye Olan Kararlılık olarak doğrulanmıştır.

5. BULGULAR

5.1. Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 3’te görülmektedir.

Tablo 3. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Demografik Özellikler (n=151)		Frekans	Yüzde(%)
Cinsiyet	Kadın	69	45,7
	Erkek	82	54,3
Medeni Durum	Bekâr	40	26,5
	Evli	79	52,3
	Boşanmış	32	21,2
Eğitim Durumu	İlk Öğretim	4	2,6
	Lise	14	9,3
	Ön Lisans	43	28,5

	Lisans	71	47,0
	Lisans Üstü	19	12,6
Unvan	İşletme Sahibi/Yöneticisi	18	11,9
	Departman Yöneticisi	66	43,7
	Personel Yöneticisi	67	44,4
İşletmede Çalışma Süreniz	1 Yıdan Az	1	0,7
	1-3 Yıl Arası	37	24,5
	4-6 Yıl Arası	74	49,0
	6 Yıdan Fazla	39	25,8

Araştırmaya katılanların 69'u (%45,7) kadın, 82'si (%54,3) erkeklerden ve 79'u (%52,3) evli, 40'ı (%26,5) bekâr, 32'si (%21,2) boşanmış bireylerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılanların büyük bir çoğunluğu Önlisans ve Lisans eğitim düzeyine (%75,5) sahiptir. En az katılım ise ilköğretim eğitim düzeyine (%2,6) sahip katılımcılardır. Yine araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğu (%88,1) departman yöneticisi ve personel yöneticisi unvanına sahiptir. Araştırmaya katılan bireylerin hemen hemen yarısı (%49) işletmede 4-6 yıl arasında çalışmaktadır. Bu yöneticilerden yalnızca 1 tanesi 1 yıldan az süredir işletmede çalışmaktadır.

5.2. Tanımlayıcı İstatistik Bilgiler

Öğrenme yönelimliliği ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda oluşan alt boyutlar ile yenilik performansı ölçeğinin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 4. Faktör Ortalamaları

Ölçek	Faktörler	Ortalama	Standart Sapma
Öğrenme Yönelimliliği	Paylaşılan Vizyon	4,2483	0,57626
	Bilgi Transferi	4,1623	0,60841
	Açık Fikirlilik	4,0839	0,72747
	Öğrenmeye Olan Kararlılık	4,2715	0,52832
Yenilik Performansı		4,5642	0,93612

Öğrenme yönelimliliği ölçeğinin alt boyutlarından en yüksek ortalamaya sahip olan "Öğrenmeye Olan Kararlılık", en düşük ortalamaya sahip olan ise "Açık Fikirlilik" olarak bulunmuştur. Yenilik performansı ortalaması ile 4,5642 olarak bulunmuştur.

5.3. Hipotez Testleri

Öğrenme yönelimliliği alt boyutlarının yenilik performansı üzerindeki etkisini incelemek için çok değişkenli regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analizinin temel varsayımları verilerin normallik şartını sağlaması, çoklu bağlantı sorunu ve otokorelasyondur. Verilerin normallik şartını sağladığını test etmek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenmiştir. Huck (2012)'a göre sosyal bilimlerde verilerin normallik şartını sağlayabilmesi için çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 1 aralığında olması gerekmektedir. Öğrenme yönelimliliğinin her bir alt

boyutu ve yenilik performansı ölçeği için hesaplanan çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde ± 1 aralığında olmayan bir değere rastlanmamıştır. Elde edilen bulgular ışığında normallik şartı tüm alt boyutlar için sağlanmıştır. Diğer bir varsayım olan çoklu bağlantı sorununun önüne geçebilmek için tolerance ve VIF değerleri incelenmiştir. Tolerance değerinin 0,2'den büyük (Menard, 2002:76) ve VIF değerinin de 10'dan küçük (Kim, 2019:558) olması değişkenler arasında bir çoklu bağlantı sorununun olmadığına işaretler. Tolerance ve VIF değerleri incelendiğinde bu eşik değerlerin dışına çıkan herhangi bir değere rastlanmamıştır. Yani tüm alt boyutlar için çoklu bağlantı sorunu bulunmamaktadır. Son temel varsayım ise otokorelasyon sorunudur. Çok değişkenli regresyon analizinde otokorelasyon incelemesi Durbin Watson katsayısı incelenerek gerçekleştirilir. Durbin Watson katsayısı 1,5 ile 2,5 arasında bir değere sahipse bağımsız değişkenler arasında bir otokorelasyon sorunu yoktur sonucuna varılır (Kalaycı, 2005:264). Bağımsız değişkenlerin Durbin Watson eşik değerlerinin dışında herhangi bir değere rastlanmadığından, bağımsız değişkenler arasında bir otokorelasyon sorunu yoktur denilebilir. Sonuçlar Tablo 5'te özetlenmiştir.

Tablo 5. Öğrenme Yönelimliliğinin Yenilik Performansı Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	Sig.	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
Yenilik Performansı	Paylaşılan Vizyon	0,343	2,552	0,012	0,573	1,744
	Bilgi Transferi	0,330	2,525	0,013	0,543	1,841
	Açık Fikirlilik	0,414	3,920	0,000	0,585	1,711
	Öğrenmeye Olan Kararlılık	0,069	0,539	0,591	0,751	1,331
F			27,117			
Sig.			0,000			
Düzeltilmiş R²			0,411			
Durbin Watson			1,526			

Çok değişkenli regresyon analizi sonuçlarına göre 27,117 F değerine karşılık gelen sig. Değeri $0,000 < 0,05$ olduğundan dolayı regresyon analizi genel olarak anlamlıdır sonucuna varılabilir. Ayrıca bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin %41,1'ini açıklamaktadır. Temel varsayımlara göre herhangi bir aykırı durum tespit edilmeyen regresyon analizi ile H1 temel hipotezi ve bu temel hipoteze bağlı alt hipotezler test edilmiştir. Sonuçlar şu şekildedir;

H₁: Öğrenme Yönelimliliği, Yenilik Performansını Etkiler.

Yapılan çok değişkenli regresyon analizi incelendiğinde, hipoteze konu olan bağımsız değişkenlerden "öğrenmeye olan kararlılık" haricinde diğer tüm bağımsız değişkenler yenilik performansını etkilemektedir. Yani tüm bağımsız değişkenlerin etkisinden söz edilemeyeceği için H₁ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

H_{1a}: Öğrenme yönelimliliğinin öğrenmeye olan kararlılık alt boyutu, yenilik performansını etkiler.

Öğrenme yönelimliliğinin öğrenmeye olan kararlılık alt boyutu, yenilik performansını etkilememektedir (sig. 0,591>0,05). Öğrenme yönelimliliğinin öğrenmeye olan kararlılık alt boyutu, yenilik performansını etkilemediğinden dolayı H_{1a} hipotezi ret edilmiştir.

H_{1b}: Öğrenme yönelimliliğinin paylaşılan vizyon alt boyutu, yenilik performansını etkiler.

Öğrenme yönelimliliğinin paylaşılan vizyon alt boyutu, yenilik performansını pozitif yönde ($\beta=0,343$) etkilemektedir (sig. 0,012<0,05). Yani paylaşılan vizyon alt boyutundaki 1 birimlik artış yenilik performansında 0,343 birimlik artışa yol açması beklenmektedir. Öğrenme yönelimliliğinin paylaşılan vizyon alt boyutu, yenilik performansını etkilediğinden dolayı H_{1b} hipotezi kabul edilmiştir.

H_{1c}: Öğrenme yönelimliliğinin açık fikirlilik alt boyutu, yenilik performansını etkiler.

Öğrenme yönelimliliğinin açık fikirlilik alt boyutu, yenilik performansını pozitif yönde ($\beta=0,414$) etkilemektedir (sig. 0,000<0,05). Yani açık fikirlilik alt boyutundaki 1 birimlik artış yenilik performansında 0,414 birimlik artışa yol açması beklenmektedir. Öğrenme yönelimliliğinin açık fikirlilik alt boyutu, yenilik performansını etkilediğinden dolayı H_{1c} hipotezi kabul edilmiştir.

H_{1d}: Öğrenme yönelimliliğinin bilgi transferi alt boyutu, yenilik performansını etkiler.

Öğrenme yönelimliliğinin bilgi transferi alt boyutu, yenilik performansını pozitif yönde ($\beta=0,330$) etkilemektedir (sig. 0,013<0,05). Yani bilgi transferi alt boyutundaki 1 birimlik artış yenilik performansında 0,330 birimlik artışa yol açması beklenmektedir. Öğrenme yönelimliliğinin bilgi transferi alt boyutu, yenilik performansını etkilediğinden dolayı H_{1d} hipotezi kabul edilmiştir.

6. SONUÇ ve TARTIŞMA

İçinde bulunduğumuz rekabet ortamında; örgütsel öğrenme ve yenilik olmak üzere iki anahtar kavram çok önemli bir güç olarak durmaktadır. Biri diğerinin kaynağı, sebep ve sonucu olarak birbirine bağlı olan ve birbirini etkileyen bu iki kavramın önemi işletmelerce anlaşıldığı ve değerlendirildiği sürece onlara çok büyük bir rekabet üstünlüğü sağlayacağı söylenebilir.

Bu çalışmada da otel yöneticilerinin öğrenme yönelimliliği ile yenilik performansları arasındaki ilişki incelendiğinde, öğrenme yönelimliliğinin bütün alt boyutlarının yenilik performansını etkilediği sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde Avcı (2009) tarafından yapılan çalışmada öğrenme yönelimliliği oluşturan üç boyutun (öğrenmeye olan kararlılık, açık fikirlilik ve işletme içi bilgi paylaşımı) yenilik performansı üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Sawaeen ve Ali (2020) tarafından yapılan ve Kuveyt'teki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'ler) öğrenme yönelimi

ve yenilik kapasitesi gibi örgütsel performansın belirleyicileri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanan çalışmada da öğrenme yöneliminin örgütsel performans üzerinde olumlu ve önemli etkileri olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca, yenilik kapasitesinin de ilişkilerde önemli bir aracı olduğu bulunmuştur. Yine Inkumsah vd. (2021) tarafından yapılan ve öğrenme yöneliminin yenilikçi hizmet sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirildiği çalışmada ise öğrenmeye bağlılığın ve öğrenme yönelimini tanımlayan paylaşılan vizyonun, yenilikçi hizmet geliştirme faaliyetleri üzerinde olumlu ve önemli bir etkiye işaret ettiğini göstermiştir. Ayrıca sonuçlar yenilikçi hizmet geliştirmenin iş performansı üzerinde önemli ve olumlu bir etkiye sahip olduğunu da göstermiştir. Dolayısıyla, öğrenmeye ve paylaşılan vizyona bağlılığın sigorta şirketlerinin yenilikçi hizmet geliştirme faaliyetlerini başlatmada daha proaktif olmalarını gerektirdiğini de ortaya çıkarmıştır.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde işletmelerin yeniliğe, öğrenmeye ve bilgiye olan ilgi ve çabalarının yükselişte olduğu görülebilmektedir. Çünkü artık 'bilgi çağı' olarak da adlandırdığımız bu çağda en değerli varlık ve en önemli rekabet gücü olarak görülen 'bilgi' de tek başına yeterli olmamaktadır. Örgütlerin sahip oldukları bilginin yanında bilgiyi elde etmenin yollarını öğrenmesi ve bilgiyi faaliyetleriyle bütünleştirilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla 'bilgi güçtür' ifadesi günümüz işletmeleri için bu gücü kullanabilen ve örgütün tamamına yayabilen bir anlayışı ifade etmektedir.

Ancak, işletmede bilginin istenilen şekilde kullanılabilmesi ve yönetilmesi için işletmelerin öncelikle örgütte öğrenme yönelimli bir iklim oluşturmaları gerektiği söylenebilir. Oluşturulan bu iklim sayesinde birbirleriyle etkileşimle öğrenen bireyler birbirlerine daha çok bilgi aktarımında bulunurlar. Özellikle de iş görenlerde saklı olan, aktarılması daha zor olan ve 'yetenek' olarak değerlendirdiğimiz örtülü bilginin transferi bireylerarası etkileşimle daha kolay gerçekleşebilir. Bu nedenle örgütlere bireylerarası iletişimi ve etkileşimi güçlendirecek uygulamalar, etkinlikler ve ortamlar oluşturmaları önerilebilir. Nihayetinde öğrenme ve bilgi birikimi sonucu, elde edilen bu yeni bilgilerin ürün ve süreçlere dönüştürülmesi de örgütlerin öğrenme yönelimli olmaları ve yenilik performansları ile mümkün olmaktadır.

Bu çalışma örgütlerin, mevcut yöntem ve süreçleri kullanmayı bırakarak yenilik fırsatlardan yararlanma ve öğrenme yönelimli olmanın yenilik performanslarını arttırabileceğini göstermektedir. Bu anlamda çalışmada uygulayıcıların ve akademinin ilgisini çekmesi gereken kavramsal bir çerçeve sunulmuştur. Ayrıca örgütlerin sürdürülebilirlik ve rekabet gücü elde edebilmelerine yardımcı olmak için bazı yararlı çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu bağlamda örgütlerin daha iyi performans gösterebilmeleri için yenilikçi olma ve sürekli öğrenmeye ciddi önem vermeleri gerektiği tavsiye edilmektedir. Sonuç olarak; küresel rekabet ortamında örgütlerin, bilgiye sahip oldukları, çalışanlarının örtülü bilgisini transfer edebildikleri ve örgüt bilgisine dönüştürebildikleri, yeniliklere açık ve öğrenen bir organizasyon olabildikleri sürece rekabet üstünlüklerini sürdürebilecekleri söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Albeni, Mesut ve Karaöz, Murat (2003), **"Bölgesel kalkınmada öğrenme, bilgi birikimi ve yenilik: Türkiye için bir perspektif"**, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, *Cilt: 8, Sayı: 2*, ss. 157-170.
- Arrow, Kenneth Joseph (1962), **"The economic implications of learning by doing"**, The Review of Economic Studies, Volume: 29, Issue: 3, pp. 155-173.
- Atak, Metin ve Atik, İlhan (2007). **"Örgütlerde sürekli eğitimin önemi ve öğrenen örgüt oluşturma sürecine etkisi"**, Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi, *Cilt: 3, Sayı:1*, ss. 63-70.
- Atitumpong, Aungkhana ve Badir, Yuosre F.(2018), **"Leader-member exchange, learning orientation and innovative work behavior"**, Journal of Workplace Learning, Volume: 30, Issue: 1, pp. 32-47.
- Avcı, Umut (2005). **"İşletmelerde örgütsel öğrenme-örgütsel performans ilişkisi: konaklama işletmelerinde örgütsel öğrenme-örgütsel performans ilişkisine yönelik inceleme"**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Avcı, Umut (2009), **"Öğrenme yönelimliliğinin yenilik performansı üzerine etkisi: Muğla mermer sektöründe bir inceleme"**, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, *Cilt: 5, Sayı:10*, ss121-138.
- Aydıntan, Belgin- Göksel, Aykut- Bingöl, Dursun (2010), **"Örtülü bilgi paylaşım niyeti üzerinde sosyal sermaye ve denetim merkezi odaklılığının rolü: hekimlikte bir alan araştırması"**, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, *Cilt: 12, Sayı: 1*, ss. 1-26.
- Bakan, İsmail (2004), **"Çağdaş yönetim yaklaşımları: ilkeleri, kavramlar ve yaklaşımlar"**, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Balay, Refik (2004). **"Öğrenen örgütler"** (1.Baskı), Sandal Yayınları, Ankara.
- Barker, Alan (2002). **"Yenilikçiliğin simyası"**, (Çeviren: Ahmet Kardam), Mess Yayınları, İstanbul.
- Bates, Reid ve Khasawneh, Samer (2005), **"Organizational learning culture, learning transfer climate and perceived innovation in jordanian organizations"**, International Journal of Training and Development, Volume: 9, Issue: 2, pp. 96-109.
- Boobaker, Nimitha ve K. A., Zakkariya (2021), **"Digital learning orientation and innovative behavior in the higher education sector: effects of organizational learning culture and readiness for change"**, International Journal of Educational Management, Volume: Erken Görünüm.
- Calantone, Roger J.- Cavusgil, S. Tamer- Zhao, Yushan (2002), **"Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance"**, Industrial Marketing Management, Volume: 31, Issue: 6, pp. 515-524.
- Carneiro, Alberto (2000), **"How to knowledge management influence innovation and competitiveness"**, Journal of Knowledge Management, Volume: 4, Issue: 2, pp. 87.98.
- Çam, Salim (2002), **"Öğrenen organizasyon ve rekabet üstünlüğü"**, (1.Baskı), Papatya Yayıncılık, İstanbul.

- Demir, Özcan ve Sezgin, Eray Ekin (2016, "**Kobilerde stratejik yönetim anlayışına inovasyon perspektifinden bakış**", Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1, ss. 16-32.
- Dinç Elmalı, Esra ve Afşar, Yavuz (2019), "**Örgüt Kültürü ve Öğrenme Yöneliminin İnovasyon Kabiliyeti Üzerindeki Etkisi**", 4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, İstanbul: Dİlkur Akademi, ss. 235-236.
- Doğan, Hulusi (2004), "**Beyin paradoksları bağımlı olarak örtülü bilgi geliştirme yöntemleri ve organizasyon yapıları arasında ilişki zinciri analizi**", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 1, ss. 105-119.
- Drucker, Peter F. (1985). "**Innovation and entrepreneurship**", Harper & Row Publishers, New York.
- Durna, Ufuk (2005), "**Bilgiye dayalı örgütlerin temel örgütsel nitelikleri ve yetenekleri**", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: 60, Sayı:2, ss. 72-96.
- Elçi, Şirin (2007), "**İnovasyon kalkınmanın ve rekabetin anahtarı**", Nova Basın Yayın, Ankara.
- Eren, Erol (1981), "**İşletmelerde yenilik politikası- kuram ve uygulamada yenilik**", Formül Matbaası, İstanbul.
- European Commission (1995), "**Green paper on innovation**", Erişim Tarihi: 15.03.2019, http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com95_688_en.pdf
- Faiz, Emel (2012), "**Öğrenen örgütlerde yenilikçilik ve proaktiflik üzerine kavramsal bir çalışma**", Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 2, ss. 1-21.
- Genç, Nurullah (2005), "**Yönetim ve organizasyon: çağdaş sistemler ve yaklaşımlar**" (2.Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gregersen, Birgitte ve Johnson, Björn (2010). "**Learning economies, innovation systems and European integration**". Regional Studies, Volume: 31, Issue: 5, pp. 479-490.
- Güleş, Hasan Kürşat ve Bülbül, Hasan (2004), "**Yenilikçilik- işletmeler için stratejik rekabet aracı**" (1.Basım), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Gürkan, Güney Çetin (2007), "**Öğrenen örgütler: yükseköğrenim kurumlarının öğrenen örgüt olması**", Journal of Administrative Sciences, Cilt: 5, Sayı: 7, ss. 118-130.
- Huck, Schuyler W. (2012), "**Reading statistics and research**", (4. Baskı), Pearson, Boston MA.
- Hudson, Ray (1999), "**The learning economy, the learning firm and the learning region: a sympathetic critique of the limits to learning**", European Urban and National Studies, Volume: 6, Issue: 1, pp. 59-72.
- Hurley, Robert F. ve Hult, G. Tomas M. (1998), "**Innovation, market orientation and organizational learning: an integration and empirical examination**", Journal of Marketing, Volume: 62, pp. 42-54.
- İnkumsah, Winston Asiedu- Abdul-Hamid, İbn Kailan- Angenu, Benjamin Baroson (2021), "**The effect of learning orientation on innovative service**

- development and insurance firm performance"**, Academy of Marketing Studies Journal, Volume: 25, Issue:2, pp. 1-12.
- Kalaycı, Şeref (2005), **"SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri"**, Asil Yayınevi, Ankara.
- Karabulut, Burak (2015), **"Bilgi toplumu çağında dijital yerliler, göçmenler ve melezler"**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 21, ss. 11-23.
- Kingır, Said ve Mesci, Muammer (2007), **"Öğrenen organizasyonlar"**, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 19, ss. 63-81.
- Kim, Jong Hae (2019), **"Multicollinearity and misleading statistical results"**, Korean journal of anesthesiology, Volume: 72, Issue: 6, pp. 558-569.
- Lundvall, Bwngt- Ake (1992). **"National systems of innovation: towards a theory of innovation and interactive learning"**, Pinter, London.
- Martinez, Eduardo Vega- Serna, Maria del Carmen Martinez- Guzman, Gonzalo Maldonado (2018), **"The relationship between market orientation, entrepreneurial orientation and learning orientation on innovation and its effect on performance in Mexican SMEs"**, International Business Management, Volume: 12, Issue: 2, pp. 132-144.
- Menard, Scott (2002), **"Applied logistic regression analysis"** (2. Baskı), Sage Publications, Thousand Oaks CA.
- Mercan, Birol- Gökteş, Deniz- Gömleksiz, Mustafa (2011), **"AR-GE faaliyetleri ve girişimcilerin inovasyon üzerindeki etkileri: patent verileri üzerinde bir uygulama"**, PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 2, ss. 27- 44.
- Mutonyi, Barbara Rebecca- Slåtten, Terje- Lien, Gudbrand (2020), **"Empowering leadership, work group cohesiveness, individual learning orientation and individual innovative behaviour in the public sector: empirical evidence from Norway"**, International Journal of Public Leadership, Volume: 16, Issue: 2, pp. 175-197.
- Öğüt, Adem (2009), **"Bilgi çağında yönetim"** (4.Baskı), Çizgi Kitabevi, Konya.
- Öneren, Melahat (2008). **"İşletmelerde öğrenen örgütler yaklaşımı"**, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 7, ss. 163-178.
- Özdevecioğlu, Mahmut ve Bıçkes, Mehmet (2012), **"Örgütsel öğrenme ve inovasyon ilişkisi: büyük ölçekli işletmelerde bir araştırma"**, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 39, ss. 19-45.
- Ramadani, Veland ve Gerguri, Shqipe (2011). **"Innovation: principles and strategies"**, Strategic Change: Briefings in Entrepreneurial Finance, Volume: 20, pp. 101-110.
- Rosenberg, Nathan (1982, **"Inside the black box: technology and economics"**, Cambridge University Press, Cambridge.
- Sawaeen, Fahad Awad Aber ve Ali, Khairul Anuar Mohd (2020), **"The impact of entrepreneurial leadership and learning orientation on organizational performance of SMEs: The mediating role of innovation capacity"**, Management Science Letters, Volume: 10, Issue: 2, pp. 369-380.
- Senge, Peter M, (1996), **"Beşinci disiplin"** (Çev. Ayşegül İldeniz ve Ahmet Doğukan), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- Seyitoğulları, Osman ve Yalçınsoy, Ayhan (2016), "**Günümüz gençliğinin inovasyon ve teknoloji algılarına yönelik ampirik bir araştırma**", International Journal of Social Academia, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 13-23.
- Sinkula, James M.- Baker, William E.- Noordewier, Thomas (1997), "**A framework for market-based organizational learning: Linking values, knowledge, and behavior**", Journal of the academy of Marketing Science, Volume: 25, Issue: 4, pp. 305.
- Şimşek, M. Şerif (1998), "Yönetim ve organizasyon" (4.Baskı), Damla Ofset Matbaacılık, Konya.
- Tekin, Mahmut- Güleş, Hasan Kürşat- Öğüt, Adem (2006), "**Değişim çağında teknoloji yönetimi**" (3.Baskı), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Yılmaz, Malik (2011), "**Bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenme ilişkisi: kavramsal bir yaklaşım**", Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, Sayı: 46, ss. 313-332.
- Yiğit, Sema ve Özeyer, Kubilay (2011), "**Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü kaynağı olarak bilgi**", SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 21, ss. 333-360.

MUHASEBE DERSLERİNDE ÖĞRETME VE ÖĞRENME SORUNU: SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ MUHASEBE ÖĞRETİM ELEMANLARI ÜZERİNDE NİTEL BİR ARAŞTIRMA¹

Mehmet DEMİR

Prof. Dr., Sivas Cumhuriyet Ü. İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü,
mehmet_demir01@hotmail.com,
ORCID: 0000-0003-1796-7974

Hasan ÇAŞUT

Y.Lisans Mezunu, 34hasan58@gmail.com,
ORID: 0000-0003-4424-0033

Öz

Bu çalışmada, muhasebe derslerindeki öğretim ve öğrenme sorunlarını etkileyen faktörlerin ve bunlara dönük çözüm önerilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bunun için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde muhasebe dersi veren 11 öğretim elemanına 16 sorudan oluşan nitel bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda, en önemli öğrenme sorunlarının öğrencilerin derse olan ilgisizliği, dersin birbiriyle ilgili konulardan oluşması, dersin lisans öncesinde görülmemiş olması, bölümle ilgili olmayan alanlara yönelme, üst sınıfların ders hakkındaki olumsuz telkinleri ve başarısız olunacağı ön yargısı olduğu ve en önemli öğretim sorunlarının ise öğrencilerin düzenli olarak derslerine çalışmamaları, öğretim elemanları tarafından öğretim teknolojilerinin aktif kullanılmaması, öğrencilerin genelinin kariyer planlaması konusunda bilgilerinin ve dolayısıyla bölümle ilgili hedeflerinin olmamalarıdır. Çözüm önerileri içinde öğrencilerin derse olan ilgi düzeylerinin artırılması, öğrencilere mesleğe olan ihtiyacın vurgulanması, mesleğin kariyer basamakları anlatılarak öğrencilerin bölümle ilgili hedef belirlemelerinin sağlanması, derslerde örneklere ve sorulara daha çok yer verilmesi, ders anlatımlarında teknolojik araçlardan yararlanılması, teorik bilginin yanında uygulamanın da olması gibi öneriler bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Öğrenme, Öğretim, Muhasebe Öğretimi, Muhasebe Öğrenimi.

¹ Bu makalede, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi SBE İşletme Anabilim Dalı için Prof. Dr. Mehmet DEMİR'in danışmanlığında Hasan ÇAŞUT'un yazmış olduğu aynı adlı yüksek lisans tezinden büyük ölçüde yararlanılmıştır.

**TEACHING AND LEARNING PROBLEM IN ACCOUNTING LESSONS: A
QUALITATIVE RESEARCH ON SIVAS CUMHURİYET UNIVERSITY
ACCOUNTING LECTURERS**

Abstract

In this study, it is aimed to determine the factors affecting teaching and learning problems in accounting lessons and the solution suggestions for these. In order to achieve these goals, a qualitative research has been conducted on lecturers teaching accounting at Sivas Cumhuriyet University. In the research, it was directed a question set that was been 16 questions to 11 lecturers personnel. In the end of the research, it was determined that among the most important learning problems indifference of students to accounting lessons, completion each other of lesson topics, not taken accounting lessons before, thinking irrelevant areas with department, negative inculcations about lesson, negative preconceptions. It has been determined that among the most important teaching problems are that students do not attend their classes regularly, teaching technologies are not actively used by teaching personnel, students do not have knowledge about career planning in general and so they do not have goals related to their department. The solutions suggestions include increasing the interest of students in the course, highlighting the need for this profession, explaining the career steps of this profession, ensuring students to set goals for the department, asking more examples and questions in the lessons, use of technological tools in courses, theoretical knowledge as well as application.

Keywords: Learning, Teaching, Accounting Teaching, Accounting Learning.

1. GİRİŞ

Hemen her konuda öğrenme ve öğretme açısından eğitim modelleri ele alınmış, en uygun modelin geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılmıştır. Ayrıca gelişen ve değişen şartlara göre bu modeller sürekli olarak değiştirilmekte yeni neslin anlayacağı ve kavrayacağı şekle dönüştürülmektedir.

Kuşkusuz, toplumların gelişmişlik düzeylerinde, eğitim seviyesi en önemli faktördür. Devlet yönetiminin eğitime ayırdığı bütçenin büyüklüğü de gelişmişlik düzeyi hakkında önemli göstergelerdendir. Bilgi çağı olarak adlandırılan ve bilginin kişilerin sahip olduğu en büyük gücü/sermayesi olarak nitelendirildiği günümüzde, hem bilginin üretilmesi ve hem de gelecek nesillere aktarılmasında en uygun ve doğru yol eğitimidir. Bilginin aktarıldığı eğitim kurumları da iktisadi kalkınmada anahtar rol oynamaktadır (Keskinlik, 2010:3).

Muhasebecilik mesleğini ilgilendiren bilgilerin aktarılmaya çalışıldığı muhasebe derslerinde öğretici ve öğrenci açısından öğretme-öğrenme sorunu yaşanabilmektedir. Bu çalışmada bu sorun, muhasebe öğretim elemanlarıyla gerçekleştirilen nitel (mülakat) araştırma ile ele alınmış; sorunun kaynaklarına inilmeye ve çözüm önerileri belirlenmeye çalışılmıştır. Bundan önce konuyla ilgili özet teorik bilgiler verilmiştir.

2. EĞİTİM

Birçok konu ve kavramda olduğu gibi eğitimin de tek ve geçerli bir tanımının yapılması güçtür. En sade ifade ile eğitim bireyin "*kültürlenme*" sürecidir denilebilir. Bu tanım, farklı bakış açısıyla, kültürel değerleri bireye kazandırma süreci olarak da ifade edilebilir. Şu bir gerçek ki eğitim kültür ile derinden ilişkili bir kavramdır. Kültür, bir toplumun hayatı algılayışıdır ve insanla birlikte tabiatla etkileşimin dışında kalan unsurların canlı bir bütünüdür. Örneğin halay çekme, türkü söyleme, şakalaşma, yaşanan mesken, köy ve şehir, yemek pişirme, resim çizme, insanlarla iletişim kurma, çevreye sahip çıkma ve koruma, problem çözme vb. kültürün temel öğeleri arasında yer almaktadır (Sönmez, 2011:6).

3. ÖĞRENME

Eski Yunan filozofu Plato'ya göre bilgi, insanın doğuşuyla birlikte zihninde depolanmıştır. O'na göre öğrenme, insanın çevresinde gördüklerini ve edindiklerini geri çağırma, hatırlama veya akla getirme sürecidir. Buna karşılık John Locke, tam tersine, insan zihnini boş bir levha (depo) olarak algılar ve bu deponun doldurulması için beklediğini savunur. Yine de Locke, kişide öğrenmeyi gerçekleştirmek için bazı beceri ve potansiyellerin doğuştan var olduğunu kabul eder (Saban, 2000:120).

İnsanın sosyalleşmesinde öğrenme kabiliyetinin rolü büyüktür. Ayrıca bu kabiliyet insanın, diğer varlıklardan ayrıldığı en önemli özelliğidir. İnsan doğduğunda diğer birçok canlının aksine şuurlu olarak ve bilerek herhangi bir davranış sergileyemez. İnsan, kendisine yaratılışıyla birlikte kazandırılan üstün özellikleri sayesinde yakın veya uzak toplulukla etkileşime geçerek hayatını idame ettirebilmesi için gereken davranışları kazanmaktadır. İşte bu anda kişinin öğrenmesiyle ilgili süreç

başlamış ve ölünceye kadar da devam edecektir. Öğrenme süreci, genel olarak bilginin elde edilmesinden ve bunun birikiminden meydana gelir. Her insanın temel sorununun çevresinde olup bitenleri tanımak ve anlamlandırmak olduğu bilinen bir gerçektir. İnsan çevresini tanıdıktan ve olup bitenleri anlamlandırdıktan sonra bunları birleştirme ve ihtiyaçlarını temin etme becerisini gösterebilmektedir (Keskinkılıç, 2010:12).

Öğrenme çok yönlü ve karmaşık bir süreç olduğu için öğrenme ile ilgili günümüze kadar öğrenme kavramını farklı yönleriyle ele alan tanımlar yapılmıştır ve bu tanımlar gün geçtikçe de değişime uğrayacaktır.

Ertürk ve Fidan açısından öğrenme, hayatın bir ürünüdür ve nispeten silinmez, iz bırakan davranış değişikliğidir (Ertürk, 1994; Fidan, 1985:12). Senemoğlu'na göre öğrenme, bireyin çevresi ile etkileşimiyle elde ettiği ve nispeten kalıcı, izli davranış değişikliğidir (Senemoğlu, 1997).

Öğrenmede çevrenin rolü büyüktür ve bu sebeple öğrenme tanımlarında bireyin çevre ile etkileşimine vurgulanmaktadır. Dolayısıyla öğrenme sürecinin başlamasında en önemli şart olan unsur, kişinin çevresi ile etkileşime geçmesidir. Bireyin herhangi bir konuyu/nesneyi/olguyu öğrenme isteğinin başarıyla sonlanması, o çevre içinde öğrenmesi gerekenlerle kuracağı etkileşime bağlıdır. Kişinin öğrenme sürecindeki çevresiyle etkileşimi ve kişide bıraktığı iz, öğrenmenin içsel bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır. Öğrenme eyleminde etkileşimle birlikte bünyeye gelen uyarıcıların beyne iletilmesi, algılanması gibi olaylar dikkate alındığında öğrenmede nörofizyolojik süreçlerin de etkili olduğu söylenebilir (Keskinkılıç, 2010:12).

Psikologlar açısından öğrenmenin gerçekleşip gerçekleşmediği aşağıdaki 3 ölçüte göre ele alınmıştır (Büyükkaragöz ve Çivi, 1994; Keskinkılıç, 2010:12);

1. Davranışlarda belirgin olumlu bir fark olmalıdır.
2. Bahse konu değişimin kalıcı özellik taşımalıdır.
3. Bu değişim, yaşantıyla ortaya çıkmalıdır.

Bu ölçütlerle, değişimin öğrenmeyle elde edilen ya da edilmeyen davranışları belirlemek mümkündür. Değişim, olumlu yönde, kalıcı ve çevreyle etkileşimle olduğunda öğrenme olarak nitelendirilebilir.

4. ÖĞRETME

Öğretme, öğrenmenin gerçekleşeceği sürecin bir öğretici veya denetleyici nezaretinde yönetilmesidir. Öğretme bir amaç temelinde ne yaptığının bilinmesi ile gerçekleştirilen faaliyettir. Öğretme etkinliklerinde kişide davranış değişikliği temel hedeftir ve bu hedefe ulaşmak için eğitim sürecinin bir plana göre, denetlenerek ve gerçekleştirilecek öğretme etkinlikleri organize bir şekilde sergilenmelidir (Şen, 2013:101).

Öğrenme kişide nispeten kalıcı bir davranış değişikliği olarak ifade edildiğinde öğretim faaliyeti, bu değişikliğin meydana getirilmesi sürecidir. Hedeflenen değişiklik kişi veya grup tarafından veya film, kitap gibi çeşitli materyallerde yer alan görsel ve yazılı sembollerle sağlanabilir (Fidan, 1985:11). Kısaca öğretim, öğrenmenin gerçekleşmesi için yapılan etkinliklerdir; ancak bunlar bir amaç dâhilinde olmalıdır.

Başlıca ve yaygın olarak uygulanan öğrenme-öğretim kuramları Tablo 1'deki sıralanabilir.

Tablo 1. Öğrenme-Öğretim Kuramları

Öğrenme Kuramları	Öğretim Kuramları
Bağlaşımcılık Kuramı	Sunuş Yoluyla Öğretim
Bilişsel Alan Kuramı	Buluş Yoluyla Öğretim
Bilgiyi İşleme Süreci Kuramı	Araştırma-İnceleme Yoluyla Öğretim
Tam Öğrenme Kuramı	Programlı Öğretim
Beyin Temelli Öğrenme Kuramı	Modüler Öğretim
İşbirlikçi (Kooperatif) Öğrenme	Mikro Öğretim
Aktif Öğrenme	Benzetimle Öğretim Tekniği
Proje Temelli Öğrenme	Yapısalcı Öğretim
Eleştirel Düşünme	
Altı Şapkalı Düşünme Tekniği	

Kaynak: Tablo tarafımızdan oluşturulmuştur.

5. MUHASEBEDE ÖĞRETME VE ÖĞRENME SORUNU ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Dünyada meydana gelen değişim ve gelişim muhasebeyi de aynı derecede etkilemektedir. Zira muhasebe, değişimin ve gelişimin merkezinde olan işletmelerin finansal faaliyetleriyle ilgilenen bir bilim dalıdır. Muhasebe öğretiminde ve öğreniminde bahse konu değişimlerin ve gelişimlerin etkisinin olması ise şüphesizdir. Bu noktada en büyük görev ise muhasebe eğitimi veren kurumlara ve bu alandaki öğretilere düşmektedir.

Muhasebe, finansal bilgi üretmektedir ve işletmeye ait bu finansal bilgileri, ilgili kişi ve kurumlara sunmaktadır. Bu sunum ise kendisine özgü bir dil kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla muhasebe dilinin öğretiminde ve öğrenilmesinde de herhangi bir yabancı dilin öğrenilmesinde yaşanan zorluklar olabilmektedir.

Muhasebe derslerini alarak mezun olan öğrencinin, kendisini yetiştirmiş olduğunu söylemek güçtür. Bu durumu doğrudan ve dolaylı etkileyen birçok faktör vardır. Bunlar; öğretim elemanından, öğrenciden, kurumun fiziki şartlarından vb. kaynaklanan faktörler olarak sıralanabilir. Bir başka açıdan muhasebe dersleri, hem teknik bilgi gerektirdiğinden hem sürekli değişime maruz kaldığından hem de uygulama aşamasına ihtiyaç hissettiğinden dolayı öğrenme-öğretim sorunlarının çoklukla yaşandığı derslerdendir. Bu derslerdeki zorlukların sebepleri ve çözüm önerileri ve öğrenmenin/öğretmenin nasıl ve hangi şekilde olması halinde başarının

artacağı konusu sürekli olarak teorik ve ampirik şekilde araştırılmıştır (Demir ve Çam 2006; Karasioğlu ve Duman 2011; Büyükarıkan ve Büyükarıkan 2016).

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı muhasebe derslerinde öğrenme ve öğretme sorununa yol açan faktörleri ve bu sorunlara dönük çözüm önerilerini muhasebe öğretim elemanlarının bakış açılarıyla tespit etmektir. Bunun için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nin çeşitli birimlerinde görev yapan muhasebe öğretim elemanlarıyla nitel bir araştırma (mülakat) yürütülmüştür.

Çalışma, üniversitede verilen muhasebe derslerindeki mevcut öğretme-öğrenme sorununun kaynaklarını ve çözüm önerilerini, bu dersleri fiilen veren ve halen aktif olarak görev yapan akademik personelle yapılan nitel araştırma (mülakat) yöntemi ile tespit etmeye çalışması bakımından önemlidir. Nitel araştırma yöntemiyle herhangi bir sorun/konu hakkında daha derinlemesine bilgi alınması mümkündür. Dolayısıyla öğretme-öğrenme sorununu bizzat yaşayan ve çözüm noktasında görüş verebilecek bilgi ve tecrübeye sahip bir gruba yapılan çalışma sonucunda ulaşılan bulguların önemi yadsınamaz bir gerçektir.

5.2. Literatür Taraması

Konuyla ilgili olan çalışmaların bazılarına ait özet bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Büyükarıkan ve Büyükarıkan (2016), çalışmalarında lisans düzeyinde muhasebe dersleri alan öğrencilerin bu dersleri ve bu derslerin verilmiş biçimlerine yönelik yaklaşımları analiz etmişlerdir. Bunun için Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Büyükkutlu Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'nda Muhasebe ve Finansal Yönetim bölümü öğrencilerinden 290'ının yer aldığı örneklem üzerinde anket uygulanmıştır. Bu yolla elde edilen verilerden hareketle öğrencilerin modern yöntemlerle aktarılan muhasebe derslerine karşı daha olumlu bir yaklaşım sergiledikleri; günümüz iş ortamına ayak uydurabilmeleri için verilen muhasebe eğitiminin hem teknolojik gelişmelere hem de sektörün taleplerine göre düzenlenmesi gerektiği bulgularına ulaşılmıştır (Büyükarıkan ve Büyükarıkan, 2016:65-79).

Karasioğlu ve Duman (2011) çalışmalarında, muhasebe eğitimi için günün şartlarına uygun öğrenci/öğrenme merkezli eğitim sisteminin ve modellerinin geliştirilmesinin, öğrencilerin kolay iş sahibi olmaları için kariyer planlama sisteminin kurulmasının ve muhasebe meslek mensubu olmayı hedefleyen öğrencilere yönelik staja başlama ve yeterlilik sınavlarında başarılı olmalarını mümkün kılacak bir öğretim sürecinin oluşturulmasının gerekliliğine işaret etmişlerdir (Karasioğlu ve Duman, 2011:174).

Çankaya ve Dinç (2009) çalışmalarında, 600 öğrenciden oluşan gruba, dersi klasik usulde ve slayt gösterimi ile alanlar şeklinde iki gruba ayırmışlardır. 16 hafta süren muhasebe eğitimi sonrasında her iki gruba anket uygulanmıştır. Sonuçta, muhasebe dersini slayt ile alan öğrencilerin klasik usul ile alan öğrencilere göre

başarılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca slaytla ders gören grubunda yer alan öğrencilerin dersle ilgili olumlu düşüncelere sahip oldukları da saptanmıştır (Çankaya ve Dinç, 2009:28-52).

Erol ve Erkan (2008) çalışmalarında, lisans seviyesinde muhasebe dersi alan öğrencilerin başarılarını etkileyen faktörleri saptamak amacıyla Biga İİBF İşletme Bölümünde öğrenim gören 219 öğrenciye anket uygulamışlardır. Araştırma sonucunda, muhasebe derslerinde, Ticaret lisesinden mezun olanların olmayanlara kıyasla daha başarılı oldukları; kurumun fiziki alt yapısının yetersizliğinin, öğretim elemanının ders anlatımında sergilediği yaklaşım ve davranışının ve uyguladığı öğretim yönteminin muhasebe derslerindeki başarıyı etkilediği bulguları elde edilmiştir (Erol ve Erkan, 2008:284-301).

Kaya (2007) çalışmasında, 270 kişiden oluşan 1. sınıf öğrencilerinin dönem başı ve sonu algılarını ve bir dönem boyunca söz konusu algılardaki değişimleri belirlemek için 2 defa araştırma yapmıştır. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin, dönem başlarında, muhasebe derslerine genel olarak olumlu düşüncelere sahip oldukları, ancak dönem sonunda bu düşüncelerinin olumsuzla doğru meylettiği belirlenmiştir. Bu olumsuz değişimde, dersin monoton olacağı, dersin önemine yönelik düşüncelerde öğretim elemanının etkili olacağı, dersin sınavından beklenen ve alınan puan gibi faktörlerdeki değişim öne çıkmıştır (Kaya, 2007:125-133).

Demir ve Çam (2006) muhasebe bölümü öğrencilerinin muhasebe derslerinde başarılarını olumsuz etkileyen faktörleri belirlemek için Kırşehir MYO Muhasebe Bölümü'nde okuyan 113 öğrenciye (yüz-yüze olarak) anket uygulamışlardır. Bu yolla elde edilen veriler ışığında öğrenciler, derslerin öğretim elemanlarınca, önceki bilgilerin yeterli olduğu düşüncesi ile yürütülmesini, anlatılan konuların içeriklerine ilişkin hayat ile bütünleşik kavramayı kolaylaştıracak somut alıştırma ve örneklerin yetersizliğini başarılarını olumsuz etkileyen faktörler olarak sıralamışlardır. Ayrıca, öğrencilerin muhasebecilik mesleğine ilgi duymadıkları ve bunun da başarıyı olumsuz olarak etkileyen faktörlerden olduğu ortaya konulmuştur (Demir ve Çam, 2006:1-11).

Sayın vd. (2005) çalışmalarında, muhasebe ve finansla ilgili derslerdeki eğitiminin verimini ve başarısını, hem öğrenci hem de eğitim alt yapısı açısından ölçmeyi ve değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Sonuç olarak, sınıftaki öğrenci sayısının fazla olmasının eğitimdeki başarıyı önlediği ve öğretim elemanlarının böyle sınıflarda ders vermelerinin sonucunda eğitim kalitesinin olumsuz olarak etkilendiği iddia edilmiştir. Ayrıca öğrenciler, üniversite yıllarında mesleğin daha yakından tanınmasına vesile olacak staj imkânlarının artırılmasının gerekliliğini savunmuşlardır (Sayın vd., 2005:101-108).

5.3. Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Toplanması

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmada, disiplinler arası bütüncül bir yaklaşımı temel alınmakta ve araştırma problemi yorumlayıcı bir bakış açısıyla incelenmektedir. Bu yöntemde, araştırmaya konu olgu

ya da olaylar kendi ortamlarında ele alınır ve veriler insanların onlara atfettikleri anlamlar bakımından yoruma tabi tutulur (Altunışık vd., 2010: 302).

Nitel araştırmada, daha çok istatistiki veri analizini temel alan nicel araştırmanın aksine, bireylerin nesnelere, olaylara ve olgulara ne türden anlamlar yükledikleri ve olayları nasıl nitelendirdikleri sorusu cevaplandırılmaya çalışılmaktadır (Özdemir, 2010:341). Nitel araştırmalarda araştırmacı, küçük gruplarla araştırma amacına ulaşmaya çalışmaktadır. Ancak küçük grupla çalışılmasına rağmen nicele yönetime göre daha ayrıntılı ve zengin bir bilgi elde edilebilir. Bu yöntemde eksikli olarak nitelendirilebilecek husus elde edilen verilerin, genelleme yapmaya pek uygun olmadığıdır (Erdoğan, 2007:160). Bu yöntemde, veriler bir hipotezi/soruyu/problemi kabul etme veya etmeme amacıyla toplanmaz. Veriler, sayılar ve rakamlarla değil sözler ve betimlemelerle ifade edilir. Dolayısıyla bu yöntemde araştırıcının gözlemine dayalı analizi ve kullanılan dil vurgusu ön planda yer almaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:48).

Bu çalışmada araştırma amacıyla ilgili veriler, nitel araştırma yöntemleri içinde yer alan “görüşme tekniğı” ile toplanmıştır. Görüşmeler, önceden hazırlanmış soru seti temelinde yürütülmüş; ancak öğretim elemanlarının akademisyenlerin verdiği cevaplara göre de ilave sorular yöneltiştir.

Görüşmeler, randevu alma usulüne göre katılımcıların odalarında veya uygun görülen diğer mekânlarda 12-17 Haziran 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmenin başlangıcında öğretim elemanlarına seslerinin kayıt altına alınacağı, söz konusu ses kaydının sadece bilimsel amaç için kullanılacağı ve istemeleri halinde ses kaydının bir örneğinin de kendilerine verilebileceğı söylenmiş ve böylece nitel araştırmaya uygun görüşme ortamı sağlanmaya çalışılmıştır.

5.4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi’ndeki İİBF ve MYO’larda muhasebe derslerini veren öğretim elemanlarını (ÖE) oluşturmaktadır. Yapılan araştırma ve değerlendirme sonucunda söz konusu üniversitede uzun yıllardır muhasebe derslerini anlatan ve araştırma amacına yönelik olarak hazırlanan soruları özümseyeceğı düşünölen öğretim elemanı sayısının araştırma yapıldığı tarih itibariyle 16 olduğı saptanmıştır. Öğretim elemanlarıyla ilgili temel bilgiler Tablo 2’dedir.

Tablo 2. Araştırma Evrenindeki Öğretim Elemanlarıyla İlgili Temel Bilgiler

Sıra No	ÖE'nin Kodu ²	Eğitim Verdiği Akademik Birim	Sıra No	ÖE'nin Kodu	Eğitim Verdiği Akademik Birim
1	ÖE 1	MYO	9	ÖE 9	MYO
2	ÖE 2	MYO	10	ÖE 10	İİBF
3	ÖE 3	MYO	11	ÖE 11	İİBF
4	ÖE 4	MYO	12	ÖE 12	MYO
5	ÖE 5	MYO	13	ÖE 13	MYO
6	ÖE 6	MYO	14	ÖE 14	MYO
7	ÖE 7	İİBF	15	ÖE 15	İİBF
8	ÖE 8	İİBF	16	ÖE 16	İİBF

Bu tabloda yer alan bazı öğretim elemanlarından bazıları ses kayıt cihazı kullanımının kendilerini rahatsız ettiğini belirterek mülakat talebini reddetmiştir. Sonuçta 11 öğretim elemanından oluşan örneklem ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu öğretim elemanlarına yönelik özet bilgiler Tablo 3'tedir.

Tablo 3. Örneklemde Yer Alan Öğretim Elemanlarına Ait Özet Bilgiler

Sıra No	ÖE'nin Kodu	Akademik Birimi	Kıdem Yılı	Sıra No	ÖE'nin Kodu	Akademik Birimi	Kıdem Yılı
1	ÖE 3	MYO	15	7	ÖE 11	İİBF	7
2	ÖE 4	MYO	12	8	ÖE 12	MYO	8
3	ÖE 6	MYO	19	9	ÖE 14	MYO	13
4	ÖE 8	İİBF	18	10	ÖE 15	İİBF	25
5	ÖE 9	MYO	7	11	ÖE 16	İİBF	19
6	ÖE 10	İİBF	25				

Öğretim elemanlarıyla görüşmelerin hangi tarihlerde gerçekleştirildiği ve görüşmenin ne kadar sürdüğüne yönelik bilgiler Tablo 4'tedir.

Tablo 4. Öğretim Elemanları ile Görüşme Tarihleri ve Süreleri

Sıra No	ÖE'nin Kodu	Görüşme Tarihi	Görüşme Süreleri	Sıra No	ÖE'nin Kodu	Görüşme Tarihi	Görüşme Süreleri
1	ÖE 3	15.06.2019	00:32:31	7	ÖE 11	13.06.2019	00:21:14
2	ÖE 4	13.06.2019	00:28:00	8	ÖE 12	14.06.2019	00:20:48
3	ÖE 6	14.06.2019	00:21:16	9	ÖE 14	13.06.2019	00:29:42
4	ÖE 8	12.06.2019	01:21:23	10	ÖE 15	12.06.2019	00:30:14
5	ÖE 9	12.06.2019	00:37:58	11	ÖE 16	17.06.2019	00:21:53
6	ÖE 10	13.06.2019	00:50:54	-	-	-	-
Toplam Süre							06:15:53

Tablo 4'teki 11 öğretim elemanının 6 tanesi Cumhuriyet, Gürün, Hafik Kamer Örnek, Yıldızeli ve Zara Ahmet Çuhadaroğlu MYO'da; 5 tanesi ise İİBF'de görev yapmaktadır.

²İlgili öğretim elemanlarının adları ve soyadları gizlenerek, kendilerine birer kod atanmıştır.

5.5. Nitel Araştırma Yöntemi İle Elde Edilen Bulgular

Ses kayıt cihazına kaydedilen görüşmeler daha sonra yazılı hale getirilmiş; öğretim elemanlarının her bir soruya verdikleri cevaplar incelenerek ortak noktalar tespit edilmeye çalışılmıştır. Öğretim elemanlarının kendilerine yöneltilen 16 soruya verdikleri cevaplarından elde edilen ortak vurguların ve bulguların bazıları tablolar bazıları da maddeler halinde sunulmuştur.

S1: Muhasebe derslerini kaç yıldır veriyorsunuz?

Bu soruya öğretim elemanları tarafından verilen cevaplar analiz edilmiş ve ulaşılan bulgular Tablo 5'te özetlenmiştir.

Tablo 5. Muhasebe Derslerinin Verilme Süreleri

ÖE'nin Kodu	Süre (Yıl)	ÖE'nin Kodu	Süre (Yıl)
ÖE 3	15	ÖE 11	7
ÖE 4	12	ÖE 12	8
ÖE 6	19	ÖE 14	13
ÖE 8	18	ÖE 15	25
ÖE 9	7	ÖE 16	19
ÖE 10	25	--	--

Tablo 6'ya göre katılımcıların hemen tamamının konu hakkında görüş beyan edebilecek bir tecrübeye sahip oldukları söylenebilir.

S2: Hangi tür muhasebe derslerini verdiniz?

Verilen muhasebe derslerinin türleri ve bu derslerin kaç öğretim elemanı tarafından verildiği Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Verilen Muhasebe Derslerinin Türleri

Muhasebe Dersinin Adı	Bu Dersi Veren ÖE Sayısı
Genel Muhasebe	10
Maliyet Muhasebesi	8
Şirketler Muhasebesi	7
Dönesonu İşlemleri Muhasebesi	7
Mali Tablolar Analizi	4
Bilgisayarlı Muhasebe	2
Yönetim Muhasebesi	2
Enflasyon Muhasebesi	1
Muhasebe Denetimi	1
Bankacılık Muhasebesi	1
Sigortacılık Muhasebesi	1

S3: Öğrenciler hangi muhasebe derslerinde daha çok zorlanmaktadır?

Bu soru için öğretim elemanlarından alınan cevaplar incelenmiş ve öğrencilerin en çok zorlandıkları üç ders belirlenmiştir. Bu belirlemenin sonucu ise Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Öğrencilerin Zorlandıkları Muhasebe Dersleri

Zorlanılan Muhasebe Dersinin Adı	Sayı
Maliyet Muhasebesi	8
Genel Muhasebe	4
Dönem sonu İşlemleri Muhasebesi	3

S4: Zorlanılan derslerdeki anlama sorunlarının çözümü için neler yapılmalı? Bunun için neler yaptınız, paylaşır mısınız?

Bu soruya 11 öğretim elemanı cevap vermiş, bu cevaplardan hareketle ulaşılan çözüm önerileri aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

Çözüm Önerileri

- Öğrenciler, eğitimini gördüğü bölümün amacına uygun olmayan mesleklere (polis, subay vb.) yönelmektedirler. Bu da hedef kaymasına yol açmakta ve derse olan ilgiyi azaltmaktadır. Bu sebeple hedef kaymasını önleyecek tedbirler alınmalıdır.
- Bu mesleğin iş imkânlarının çok geniş olduğu ve bu mesleğe olan ihtiyacın sürekli olacağı vurgulanmalıdır.
- Dönem başında var olan muhasebe derslerine karşı olan başarısız olunacağı yönündeki önyargılar kırılmalıdır.
- Bir başka ön yargı olan bu derslerin anlaşılmasının zor olacağı psikolojisi ortadan kaldırılmalıdır.
- Öğrencilere rahat bir soru sorma ortamı hazırlanmalı ve interaktif videolar yardımıyla anlatılan konuları tekrar etmeleri sağlanmalıdır.
- Kalabalık sınıflarda eğitimin kalitesinde azalma olacağından öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısı azaltılmadır.

S5: Derslerde aktif bir katılım var mıdır? Şayet cevabınız olumsuz ise bunun sebepleri hakkında neler söylersiniz?

6 öğretim elemanının “katılıyor”; 5 öğretim elemanının ise “katılmıyor” şeklinde cevap verdiği bu soru için elde edilen bulgular aşağıdadır:

Sorunlar/Tespitler

- Öğrencilerdeki çekingenlik ve medeni cesaret yoksunluğu derslere katılımı etkilemektedir.
- Öğrenciler, soruya yanlış cevap verdiklerinde arkadaşları içinde küçük düşeceklerini düşünmektedir.
- Öğretim elemanının derste sergilediği yaklaşım, tavır ve mizacı derse katılımı etkilemektedir.
- Öğrencilerde derse karşı ilgisizlik söz konusudur.
- Muhasebenin işleyişi öğrencinin mantığına ters gelmektedir.

- Öğrenciler, derste telefonla çok ilgilenmekte ve bu ilgi dersten daha baskın olmaktadır. Bedenen derste ancak aklen başka yerdedirler.
- Öğrencilerin derse olan ilgisi dönem başlarında fazla iken sonlara doğru azalmaktadır.
- Öğrenciler, üst sınıftakilerden ders veya öğretim elemanı hakkında aldıkları bazı olumsuz bilgilerden etkilenmektedir.

Çözüm Önerileri

- Dikkati ve katılımı sağlamak için dersler üst üste 3- 4 saat değil, ayrı ayrı günlerde 2+2 veya 2+1 şeklinde yapılabilir.
- Derslere katılmayan öğrencilere özel ilgi ve alâka gösterilmelidir. Bu sayede derse katılımları sağlanabilir.

S6: Öğretim elemanları öğretim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanıyorlar mı? Bu konudaki düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Bu soruya 8 hoca olumsuz, 3 hoca ise olumlu olarak cevap vermiştir. Bu soruya verilen cevaplar sonucunda elde edilen bulgular aşağıdadır:

Sorunlar/Tespitler

- Öğretim elemanları dersleri, klasik usulde bir başka ifade ile tahtada yazarak aktarmakta ve işlemler üzerinden anlatma yoluna başvurmaktadır.
- Öğretim elemanlarının çoğu bu konuda kendilerini yetersiz görmektedir.
- Hem laboratuvar imkânı sınırlı ve hem de paket programları temin etmekte zorluklar yaşanmaktadır.
- Muhasebe, teknolojik aletlerin fazla kullanılacağı bir ders olarak görülmemektedir.

Çözüm Önerileri

- Özellikle ticari belgelerin kaydedilmesinde, belgelerin ve beyannamelerin nasıl düzenlenmesinin gerekliliği konusunda öğretim teknolojilerinden yararlanılmalıdır.
- Yasal düzenlemelerin yürürlüğe giriş tarihinden itibaren işletmelerin mali tablolarını Excel ortamında hazırlamaları gerektiğinden, öğretim elemanları tablolarla ilgili çalışmaları teknolojiden faydalanarak öğretmelidirler.

S7: Muhasebe derslerinin anlatılmasında slayt yöntemi doğru bir yöntem midir?

Bu soruda öğretim elemanlarının tamamı, slaytla ders anlatımına karşı olumsuz cevaplar vermişlerdir. Onlara göre slaytın muhasebe derslerinde kullanılması öğretim açısından doğru değildir. Bu soru için verilen cevaplardan elde edilen bulgular aşağıdadır:

Sorunlar/Tespitler

- Slayt, sadece genel kavramlar ve tanımlar gibi sözel bilgileri sunmada ve ticari ve resmi evrakları göstermede yararlı olabilir.

- Muhasebe derslerinde hesaplamalar ve işlemler çok olduğundan ve geçmiş konulara atıfta bulunulduğundan slaytla ders anlatma yöntemi yeterli olmayacaktır.
- Bu teknik, öğrencilerin derse olan ilgisizliklerini artırabileceğinden, faydadan çok zarar getirecektir.
- Muhasebe derslerinin slaytla anlatılması doğru değildir. Çünkü bu yöntemle öğrenci dersle ilgili not almadan, dersin içeriğine hâkim olmadan, sadece slaytlardan çalışarak dersi öğrendiğini zannedecektir.

S8: Öğrenciler derslere düzenli olarak çalışıyorlar mı? Şayet “hayır” diyorsanız bu durum öğretme ve öğrenme açısından bir sorun doğurmakta mıdır?

Öğretim elemanlarının öğrencilerin derslere düzenli olarak çalışmadıklarını bildirmişlerdir. Bu soru için verilen cevaplardan elde edilen bulgular aşağıdadır:

Sorunlar/Tespitler

- Öğretim elemanları, sadece muhasebe öğrencilerinin değil tüm öğrencilerin derslere düzenli çalışmadıklarını ifade etmişlerdir.
- Öğrenciler, derslerde öğrendikleri bilgileri tekrar etmedikleri için olumlu geri dönüşler alınamamakta ve anlatılan konulara tekrar dönülmek zorunda kalınmaktadır.
- Muhasebe derslerinde konular birbiriyle çok sıkı bağlantılı olduğundan ve birbiri üstüne bina edildiğinden derse düzenli olarak çalışılmamasının sıkıntısı bütün dönem yaşanmaktadır.

S9: Öğrenciler geleceğine yönelik herhangi bir kariyer planlaması yapıyorlar mı? Şayet “ hayır” diyorsanız bu durum, hem bilgi alma hem de bilgi aktarmada sorunlar doğur mu?

Öğretim elemanlarının tamamı öğrencilerin kariyer planlaması yapmadıklarını dile getirmişlerdir. Bu soruya verilen cevaplardan elde edilen bulgular şunlardır:

Sorunlar/Tespitler

- Öğrencilerin çoğunluğu kariyer planlaması yapmamakta, aynı zamanda bilgiyi alma isteği az olan bir öğrencilik dönemi geçirmekte ve bunlardan dolayı da öğretim elemanlarının öğretim kaliteleri olumsuz etkilenmektedir.
- Öğrencilerin, özellikle de erkek öğrencilerin, bölümle ilgisi olmayan meslekleri (polis, subay vb.) düşünmeleri sebebiyle muhasebe derslerine olan ilgileri azalmaktadır.
- Önemli bir husus ise öğrencilerin hedeflerinde ve derse olan ilgilerinde gün geçtikçe azalma yaşanmaktadır.
- Çok az sayıdaki öğrenci kariyer planlamasını geç düşündüğü ve yaptığı için hedef belirleme ve bu hedefe göre hareket etmede zorluk yaşamaktadır.
- Bilgiyi elde etme ve özümseme düşüncesinden ziyade sınıfı geçip mezun olma düşüncesindeki topluluğa ders anlatmak ve bilgiyi aktarmak zorlaşmaktadır.

Çözüm Önerileri

- Öğrencilere, üniversite eğitimlerinin daha başında belirli bir hedef koymaları ve bu doğrultuda çalışmalarını yapmaları yönünde etkinlikler yapılmalıdır.
- Öğrencilere, bölüme kayıt yaptırdıkları dönemin başında oryantasyon süreci gerçekleştirilmeli ve bu süreç detaylı hale getirilmeli ve mezun olduktan sonra bölümlerinin iş potansiyelleri anlatılmalıdır.

S10: Kuşakların anlattığımız³ özelliklerini dikkate aldığınızda öğrenme düzeyinde farklılıklar söz konusu mudur? Bu konuda kuşak çatışması yaşadınız mı veya yaşadığınızı düşünüyor musunuz?

Bu soruda 9 öğretim elemanı kuşak değişiminin öğrenme farklılığına yol açtığını ve dersi anlatırken kuşak çatışması yaşadıklarını belirtmiştir. 2 öğretim elemanı ise bu konuda bir farklılık ve çatışma yaşamadıklarını ifade etmişlerdir.

Bu soru için 11 öğretim elemanının verdiği cevaplardan yola çıkılarak elde edilen bulgular aşağıdadır:

Sorunlar/Tespitler

- 15 yıl ve üzeri süreden beri muhasebe dersi anlatan öğretim elemanları, diğer öğretim elemanlarına göre daha fazla kuşak çatışması yaşamaktadır.
- Z kuşağında yer alan öğrenciler, bir bilgi ve isteğe/ürüne çok zahmet çekmeden ulaşabilen bir kuşak olduğu için onlara nasıl yaklaşılması gerektiği konusunda ciddi sıkıntılar yaşamaktadır.
- Z kuşağı üyeleri, herhangi bir konuda uzun süreli odaklanma sorunu yaşamaktadırlar ve sabırsızlık sergilemektedirler. Akıllı telefonlara aşırı bağımlı olduklarından dolayı derse dikkatte ve odaklanmada ciddi sıkıntı yaşamaktadırlar.

Çözüm Önerileri

- Akıllı telefon ve sosyal medya platformlarına olan bağlılığı fırsata çevirecek faaliyetler artırılabilir.

S11: Muhasebe dersleri kanun ve yönetmeliklerin önemli olduğu derslerdir. Mevzuat değişimini takip etmede sorun yaşıyor musunuz? Bu değişimler öğretilme ve öğrenme faaliyetlerini hangi yönde etkilemektedir?

Bu soruya cevap olarak, öğretim elemanlarından 4 tanesi “mevzuatın değişikliğini takipte sorunlar yaşıyorum” derken 7 öğretim elemanı ise “mevzuatı yakından takip ediyorum” demiştir. Bu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

³ Bu soruda öğretim elemanlarına kuşaklar hakkında özet gerekli bilgiler verilmiştir.

Sorunlar/Tespitler

- Öğretim elemanlarının çoğu mevzuat değişikliğini takip etme konusunda sıkıntı çekmemektedir.
- Öğretim elemanları, mevzuattaki değişiklikleri öğrencilere söylediklerini ancak bu değişikliğe göre soru hazırlamadıklarını belirtmişlerdir. Onlara göre aksi durum, karışıklığa sebep olup öğretme/öğrenme düzeyinde ciddi azalmalara yol açacaktır.
- Daha deneyimli ve diğerlerine göre daha kıdemli olan öğretim elemanları, kaynak çeşitliliğinden ziyade belirli bir kaynaktan dersleri anlattıklarını hatta güncel konuları çok da takip etmediklerini dile getirmişlerdir.

S12: Özelliklerini belirttiğimiz⁴ öğretim yöntemlerinin hangilerini daha çok uyguluyorsunuz? Kuşaklar arasındaki farklılıkları da dikkate aldığınızda öğretim yönteminde değişiklik yapmayı gerekli buluyor musunuz?

Öğretim elemanlarının bu soruya verdikleri cevaplar doğrultusunda oluşan tablo 8 aşağıdadır:

Tablo 8: En Çok Uygulanan Öğretim Yöntemleri

Öğretim Teknikleri	Öğretim Tekniğini Uygulayan Öğretim Elamanı Sayısı
Sunuş yoluyla öğretim	11
Soru-cevap yöntemiyle öğretim	10
İş birliğine dayalı öğretim	3
Tartışma yoluyla öğretim	2

“öğretim tekniklerini değiştirmek gerekir” diyen öğretim elemanı sayısı 5’tir. 6 öğretim elemanı ise “ bu konuda değişim gerekli değildir” demiştir. Bu soruya verilen cevapların analizi sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

Sorunlar/Tespitler

- Öğretim elemanlarının en çok uyguladığı öğretim tekniği “sunuş yoluyla öğretim”dir.
- Z kuşağında yer alan öğrencilerin bireysel, içine kapanık ve derslere karşı ilgisiz oldukları düşünülmektedir. Bu düşünceden dolayı da zaten muhasebenin öğrenilmesi için bir rehber ihtiyacı olacağından öğretim tekniklerinin değiştirilmesinin gerekmeyeceği yönünde görüş beyan eden öğretim elemanları vardır.

Çözüm Önerileri

- Öğrencilerin hayali bir şirket kurarak bir muhasebe dönemindeki bütün işlemleri yapmaları, gerekli evrak ve raporları düzenlenmeleri ve sonuçları analiz etmeleri sağlanabilir.

⁴ Bu soruda öğretim elemanlarına öğretim teknikleri hakkında özet gerekli bilgiler verilmiştir.

- Kuşak farklılıklarından dolayı dersi tahta üzerinde anlatmak yerine bilgi işlem laboratuvarlarında bilgi teknolojilerini aktif olarak kullanmak gereklidir.

S13: Muhasebe derslerinin teorik ağırlıklı olarak verildiği yönünde eleştiriler sürekli olarak yapılmaktadır. Bu konudaki düşünceleriniz nelerdir? Teorisiz bilim/öğretim olabilir mi?

Bu soruya verilen cevaplar analiz edilmiş ve elde edilen bulgular aşağıda sıralanmıştır:

Sorunlar/Tespitler

- Bir dersin teorik bilginin yeterli düzeyde olmaksızın aktarılmasının mümkün olmayacağı ve başarı getirmeyeceği konusunda bütün öğretim elemanları ortak fikirdedir.
- Teorik bilgiyle paralel uygulamaya dönük etkinliklerin de olmasının gerekliliğini belirten öğretim elemanları, teoriyle birlikte uygulama birlikte yürütüldüğü zaman dersin kalıcı izler bırakacağını ve öğrenmenin tam olarak gerçekleşeceğini düşünmektedirler. Ancak, öğrenci sayılarının fazlalığı buna karşılık staj imkânı sağlayabilecek işletmelerin/birimlerin nicelik ve nitelik açısından yetersizliği de bir başka sorun olarak değerlendirilmiştir.

Çözüm Önerileri

- Staj veya işyerinde eğitiminin tesis edilmesi ve bunun öğretim elemanları tarafından denetiminin ve takibinin yapılabileceği bir sisteme dönüştürülmesi gereklidir.

S14: "İşlemin 'nasıl yapılacağı'nın' yerine 'niçin yapılacağı'nın' üzerinde durulması öğrenmedeki başarıyı artırır" ifadesi hakkındaki düşünceleriniz nedir?

Bu soruya öğretim elemanlarınca verilen cevaplar analiz edilmiş ve aşağıda özet haline getirilen bulgulara ulaşılmıştır.

Sorunlar/Tespitler

- Bütün öğretim elemanları *bu* ifadeyi desteklemiştir.
- Öğretim elemanları, hesapların aktif veya pasif karakterli olma sebepleri ve bu hesaplardaki giriş ve çıkışların niçin borç ve alacak şeklinde yazıldığı anlatıldığında, öğrencilerin bu hesaplarla ilgili olan işlemleri daha rahat yaptıklarını gözlemlediklerini beyan etmişlerdir.
- Bu ifade temelinde derslerin anlatılması halinde özel sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte, analitik düşünebilen ve yorum yapabilen öğrenciler yetiştirileceği hususuna dikkat çekilmiştir.

S15: Öğrencinin, aktif-pasif, borç-alacak gibi kavramları ve hesapların kodlarını bilmesi muhasebedeki öğrenme sorununu azaltır mı?

8 öğretim elamanı, bu durumun muhasebe öğretimini olumlu etkileyeceğini düşünmektedir. Ancak 3 öğretim elamanı, bu bilginin varlığının muhasebe öğretime bir etkisinin olmayacağını ifade etmiştir.

Bu soruya verilen dönüşler incelenmiş ve elde edilen bulgular aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

Sorunlar/Tespitler

- Bahsedilen kavramlar ve konular hakkında önceden bilgi sahibi olunmasının öğrenme-öğretme sıkıntılarını azaltacağı düşünülmektedir.
- Bunların bilinmesinden ziyade öğrencilerin meraklı ve derse ilgili olmalarının önemli olduğu vurgulanmıştır.
- Öğretim elemanlarının bazıları, lise yıllarında muhasebe dersi almayan öğrencilerin yükseköğretimde ilk defa gördükleri muhasebe derslerine karşı daha ilgili ve istekli oldukları yönünde görüş belirtmiştir.

S16: Akademik kariyerini yükseltmek için birçok öğretim elemanı gayret göstermektedir. Gösterilen bu çaba aynı zamanda muhasebe dersini öğretmede ve bilgiyi aktarmada başarıyı artırır mı?

11 öğretim elemanının verdiği cevaplar incelenmiş ve bu inceleme sonucunda elde edilen bulgular şöyle sıralanmıştır:

Sorunlar/Tespitler

- Bütün katılımcılar, akademik kariyerin yükseltilmesi gayretinde olan öğretim elemanının daha bilgili hale geleceğini ve bunun muhasebe öğretiminde ve bilgiyi aktarmada olumlu etkilerinin olacağını belirtmişlerdir.
- Akademik kariyer yapmasa da görevini özveriyle yürüten, mesleğinin ilk günkü heyecanını kaybetmeyerek öğretim faaliyetini sürdüren, güncel değişiklikleri ve bilgileri takip eden öğretim elemanlarının başarılı olduğu gerçeği dile getirilmiştir.

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Hem öğretim hem de öğrenme çok boyutlu aşamalardan oluşmaktadır. Bu sayede elde edilen her yeni bilgi, medeniyetin gelişmesine, iş, işlem ve faaliyetlerin kolaylaşmasına ve sonuçta insanlığın refahına katkı sağlamıştır ve sağlayacaktır. Muhasebe bilimi için de öğrenilen ve öğretilen her yeni bilgi ve uygulama biçimi, insanlığa hizmet eder nitelik taşımakta; kişi ve kurumlar arasında en önemli sorunlardan bir olan ticari faaliyetin parasal yönünü düzenlemeye ve bu ticari ilişkide doğabilecek sorunları objektif olarak ortadan kaldırmaya hizmet etmektedir.

Bu çalışmada, muhasebe derslerine giren öğretim elemanlarının bakış açılarıyla muhasebedeki öğretim ve öğrenme sorunlarını ve bunlara ait çözüm önerilerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşabilmek için Sivas Cumhuriyet

Üniversitesi'nde görevli farklı unvanlara sahip 11 öğretim elemanı ile 12-17 Haziran 2019 tarihleri arasında nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Bu görüşmelerde, öğretim elemanlarına 16 soru yöneltilmiş ve her soruya verilen cevaplar analiz edilerek konu hakkındaki ortak noktalar ve vurgular elde edilmeye çalışılmıştır. Öğretim elemanlarına göre maliyet muhasebesi, genel muhasebe ve dönem sonu işlemleri muhasebesi öğrencilerin en çok zorlandıkları derslerdir.

Derslerde telefona olan ilgilerinin derse olan ilgilerinden daha fazla olan öğrencilerin bedenlen derste oldukları ancak aklen/zihnen başka yerde oldukları görülmektedir. Öğrencilerin dönem başında derslere olan ilgisi dönem sonlarında azalmaktadır. Öğrencilerin, uygulama bilgisi ve görgüsü olmaksızın mezun olduktan sonra kolaylıkla bir iş bulamayacakları ve buldukları işte de başarılı olamayacakları yönündeki düşünce içinde oldukları tespit edilmiştir.

Öğretim elemanlarının ekseri, derslerini anlatırlarken en etkili öğretim yöntemleri uyguladıklarını; ancak şayet daha iyi bir yöntem çıkması veya diğer yöntemlerin daha etkili olduğuna ikna olmaları halinde bunları uygulayabileceklerini ifade etmişlerdir.

Öğrenme-öğretme açısından sorunlar ve çözüm önerileri

Temelde bir öğrenme sorunu aynı zamanda öğretme sorunu olarak da karşımıza çıkabilmektedir. Bir öğrencinin daha önce muhasebe dersini almamış olması ve dersin işleyiş felsefesinin farklı olarak algılanması hem öğrenme hem de öğretme sorununa yol açabilmektedir. Bu açıdan birçok faktör iki yönlü olarak ele alınabilmektedir.

Katılımcılara yöneltilen 16 soruya verilen cevaplardan hareketle ulaşılan muhasebe derslerinde yaşanan öğretim-öğrenme sorunları ve çözüm önerileri maddeler halinde aşağıda sıralanmıştır:

Öğrenme - öğretme açısından sorunlar;

- Öğrencilerin, bölümle ilgisi olmayan mesleklere yönelimden kaynaklı hedef kayması yaşamaları,
- Muhasebenin işleyiş mantığının ters olduğu düşüncesi, bu düşüncenin öğrenmeyi güçleştirilmesi ve bu durumun da derse olan katılımı azaltması,
- Derslerin çoğunlukla teorik ağırlıklı olarak aktarılması; iş yerinde veya okulda uygulamaya gereken ağırlığın verilmemesi,
- Öğrencilerin çoğunun muhasebe derslerine ilgisizliği,
- Öğretim elemanlarının dersleri klasik usulde anlatma yoluna başvurmaları ve öğretim teknolojilerinin aktif kullanılmamaları,
- Öğrencilerin derslere düzenli olarak çalışmaması,
- Muhasebedeki konuları, genellikle birbiri üzerine inşa edildiğinden derse devamda yaşanan uzun süreli aksamaların öğrenmeyi olumsuz etkilemesi,

- Öğrencilerin ders veya dersi anlatacak olan öğretim elemanı hakkında üst sınıflardan edindikleri birtakım bilgilerden dolayı muhasebe derslerine önyargılı olunması
- Bazı öğretim elemanlarınca, muhasebe derslerinin teknolojik aletlerin fazla kullanılacağı bir ders olarak görülmemesi,
- Kariyer planlaması yapan öğrencilerin azlığı,
- Kariyer planlaması veya hedefi olmayan bir öğrenci grubuna ders anlatan öğretim elemanlarının bundan dolayı öğretim kalitelerinin olumsuz olarak etkilenmesi,
- Yeni kuşağın (özellikle Z kuşağı) herhangi bir konu üzerinde uzun süreli odaklanma sorunu yaşamaması
- Yeni kuşağın, kendilerince uzun bir süre olarak düşündükleri ders saatini uzun görmeleri ve sabırsızlık göstermeleri,
- Muhasebe öğretiminde, yeni nesle nasıl yaklaşılması gerektiği konusunda bazı öğretim elemanlarınca sıkıntılar yaşanması,
- Öğretim elemanlarının bazılarında, yeni kuşağın anlayış ve öğrenme farklılığından dolayı bir kuşak çatışmasının yaşanması.

Üstte yer alan sorunlar incelendiğinde öğretme ve öğrenmeyi olumsuz etkileyen sorunların özünde öğrencinin derse olan ilgisizliğinin, devamsızlığının ve önyargısının olduğu görülmektedir. Diğer önemli öğretme-öğrenme sorunları ise öğrencilerin hedef kayması yaşamaları, kariyer planlaması yapmadıklarından hedefsiz olarak okul yıllarını geçirmeleri, öğreticilerle yeni kuşakların (Y ve Z kuşağı) öğrenme stilleri, süreçleri, süreleri vb. açılardan farklılıklarının olmasıdır. Yapılan mülakatta öğretim elemanlarınca öncelikle bu husus vurgulanmıştır. Ancak bu sorunların sadece bu üniversiteye özgü bir olmadığı ülke çapında olduğu gerçeği de gözden kaçırılmamalıdır.

Çözüm önerileri

Mülakat formunda yer alan sorulara verilen cevaplardan yola çıkılarak muhasebe derslerinde öğretme ve öğrenme sorunları belirlendiği gibi bu sorunlara ait çözüm önerileri de tespit edilmiştir. Bu öneriler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Öğrencilerin derslere olan ilgi düzeylerinin artırılması gereklidir.
- Öğrencilere kayıt yaptırdıkları dönemin başında, okuyacakları bölümün iş potansiyelleri anlatılmalıdır.
- Öğretim elemanları, bu mesleğe olan ihtiyacı derslerde zaman zaman vurgulamalı ve mesleğin kariyer basamakları hakkında bilgi vermelidir.
- Muhasebe derslerinde başarılı olunmasının en önemli yollarından birinin muhasebenin temel kavramlarının, hesap kodlarının, hesapların işleyişinin ve mantığının bilinmesinin olduğu dile getirilmeli ve bu konularda bilgiler daha detaylı verilmelidir.
- Öğrencilerin anlamadıkları konular için soru sormalarını sağlayacak ortamlar oluşturulmalı ve konuları tekrar etmelerine yönelik tavsiyelerde bulunulmalıdır.

- Ticari belgelerin, beyannamelerin ve mali tabloların teknolojik imkânlardan yararlanarak öğretilmesine gayret edilmelidir.
- Bölüm müfredatındaki dersler azaltılarak öğrenciler, daha çok araştırmaya ve incelemeye yönlendirilmeli ve müfredat uygulamaya ve gelişime yönelik olarak düzenlenmelidir.
- İnternet ve sosyal medya bağımlılığını fırsata çevirecek aktiviteler yapılmalıdır.
- TÜRMOB, SMMM Odası, Ticaret Odası gibi paydaşlarla daha sıkı bir iş birliği içinde olunmalı ve bu kurumların temsilcileriyle öğrencilerin bir araya gelmeleri sağlanmalıdır.
- Staj veya işyerinde eğitim uygulamasına geçilmeli, öğretim elemanlarınca denetim ve takip düzenli ve uygun bir şekilde yapılmalıdır.

Bu çalışmanın farklı kamu/özel üniversitelerde ve farklı coğrafik alanlarda tekrar uygulanması ve sonuçların bir araya getirilip bir bütün olarak değerlendirilmesi ve bu konuda yetkili birimlere bildirimler yapılması ümit edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Büyükarıkan, Birkan ve Büyükarıkan, Ulukan (2016), “**Lisans Düzeyinde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Başarılarını Etkileyen Faktörlerin Analizi**”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi 3 (2016), <http://dergipark.org.tr/ebed/issue/22327/239288>, (Erişim Tarihi: 14.04.2019).
- Büyükkaragöz, Savaş ve Çivi, Cuma (1994), **Genel Öğretim Metotları**, Konya.
- Çankaya, Fikret ve Dinç, Engin (2009), “**Powerpoint ve Klasik Usulde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrenciler Arasındaki Farklılıkların Tespiti: Karadeniz Teknik Üniversitesinde Bir Araştırma**”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2009/1, Sayı:17. ss.27-52.
- Demir, Mehmet ve Çam, Mustafa (2006), “**Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Muhasebe Öğreniminde Başarılarını Olumsuz Etkileyen Faktörlere İlişkin Bir Araştırma**”, Muhasebe ve Finansman Dergisi (2006), Sayı 32, ss.1-11.
- Erdoğan, Mehmet (2007), “**Yeni Geliştirilen Dördüncü ve Beşinci Sınıf Fen ve Teknoloji Dersi Öğretim Programının Analizi; Nitel Bir Çalışma**”, Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, Cilt:7, Sayı:2, ss.221-154.
- Erol, Mikail ve Gülgün, Erkan (2008), “**Lisans Düzeyinde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Başarılarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Biga İktisadi ve İdari Birimler Fakültesinde Bir Araştırma**”, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2008, <http://dergipark.org.tr/kmusekad/issue/10222/125663>, Erişim Tarihi: 18.05.2019.
- Ertürk, Selahattin (1994), **Eğitimde Program Geliştirme**, Ankara.
- Fidan, Nurettin (1985), **Okulda Öğrenme ve Öğretme**, Alkım Yayınevi, Ankara.
- Karasioğlu, Fehmi ve Duman, Haluk (2011), “**Meslek Yüksekokullarında Muhasebe Eğitimi ve Kalitesi Üzerine Bir Not**”, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2011 10(1), <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/223439>, Erişim Tarihi:13.04.2019.
- Kaya, Uğur (2007), “**İlk Defa Muhasebe Dersi Alan Öğrencilerin Derse Yönelik Algılamaları üzerine Bir Alan Araştırması: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği**”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 2007, Sayı 36. Ss.125-133
- Keskinkılıç, Kadir (2010), **Eğitim Bilimine Giriş**, Ankara.
- Özdemir, Murat (2010), “**Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma**”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Haziran, Cilt:11, Sayı:1, ss.323-343.
- Saban, Ahmet (2000), **Öğrenme Öğretme Süreci: Yeni Teori ve Yaklaşımlar**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Sayın, K. Şevket, Yeğınboy, Yasemin ve Tektüfekçi, Fatma (2005), “**Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F.'de Öğrenci Açısından ve Alt Yapı Bakımından Muhasebe ve Finansman Eğitiminin Etkinliğinin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma**”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı 26, ss.101 – 108.

- Senemoğlu, Nuray (1997), **Gelişim Öğrenme ve Öğretim**, Ankara.
- Soyşekerci, Serhat (2007), **“Öğütlerde Profesyonellerin Yönetimi Sorunu ve Türkiye’de Akademisyenlere Yönelik Bir Nitel Araştırma”**, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kocaeli.
- Sönmez, Veysel (2011), **Öğretim İlke ve Yöntemleri**, Ankara
- Şen, H. Şenay (2013), **“Öğrenme Öğretme Stratejileri”**, (Ed.Sevil Büyükalan Filiz), **Öğrenme Öğretme Kuram ve Yaklaşımları**, Ankara.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2013), **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇALIŞMALARI BENZER TEMALAR ÜZERİNE Mİ YOĞUNLAŞMAKTADIR? BİST 100 ŞİRKETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Nadide MACİT

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, SBE, İşletme ABD, Yüksek Lisans
ORCID: 0000-0002-8225-0163

Oğuzhan AYTAR

Doç. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
ORCID: 0000-0003-3799-0952

Öz

21. yüzyılın ilk çeyreğinde işletmelerin başarısı, sadece finansal kriterlerle değil, işletme paydaşlarının beklentilerini ne düzeyde karşıladıklarıyla da ölçülmektedir. Bu beklentilerin önemli bölümünün kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle karşılandığı bilinmektedir. Bu çalışmanın amacı, BİST 100 Endeksinde yer alan şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına yönelik karşılaştırmalı bir içerik analizinin yapılarak elde edilen anlamlı sonuçların paylaşılmasıdır. Bu kapsamda BİST 100 Endeksinde yer alan şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları değerlendirilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda BİST 100, BİST 50 ve BİST 30 şirketlerinin yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri arasında fark bulunmadığı, sektör grupları açısından bir karşılaştırma yapıldığında kurumsal sosyal sorumluluk temaları arasında anlamlı farklılıkların bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, BİST 100, İçerik Analizi.

ARE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STUDIES CONCENTRATED ON SIMILAR THEME? A RESEARCH ON BIST 100 COMPANIES

Abstract

Business success in the first quarter of the 21st century is evaluated not only by financial criteria, but also by the degree to which they fulfil the aspirations of business stakeholders. It is known that most of these expectations are met by corporate social responsibility activities. The purpose of this study is to share the meaningful results obtained by making a comparative content analysis for the corporate social responsibility studies of

¹ Bu makale, Nadide Macit'in Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, SBE, İşletme ABD' nda Oğuzhan Aytar danışmanlığında savunduğu "BİST şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: BİST 30, BİST 50, BİST 100 endeksleri üzerine karşılaştırmalı bir içerik analizi" isimli yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

the companies included in the BIST 100 Index. In this context, the corporate social responsibility activities of companies included in the BIST 100 Index were evaluated. Content analysis was used in this study one of the qualitative research methods. In the results of study there is no difference between the activities of corporate social responsibility concentrated on by BIST 100, BIST 50 and BIST 30 companies, when a comparison is made in terms of sector groups, it has been determined that there are significant differences between corporate social responsibility themes.

Keywords: Corporate Social Responsibility, BIST 100, Content Analysis.

1.GİRİŞ

İşletmelerin büyümeleri ve yaşamlarını sürdürebilmeleri, değişen ve gelişen çevresel gelişmelere uyum yetenekleriyle ilişkilidir. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramı ve faaliyet türleri işletmelerin varlıklarını sürdürülebilir hale getirmeleri açısından stratejik bir öneme sahiptir. Küreselleşen dünyayla birlikte toplumsal sorunların artması ve toplumun çevresel gelişmelere yönelik artan endişesi, şirketler açısından kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramının farklı açılardan değerlendirilmesini gerekli kılmıştır. Paydaşların işletmeler üzerindeki baskısı kurumsal sosyal sorumluluğun iş dünyasında fonksiyonel bir boyut kazanmasına neden olmaktadır (Ben-Amar, Francoeur, Marsat ve Sijamic Wahid, 2021:3). İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini halkla ilişkiler yönetimi, itibar yönetimi ve çevre yönetimi çerçevesinde kurumsallaştırarak iş süreçlerine entegre etmeye çalışmaktadırlar.

Günümüz işletmelerinin başarısı; yalnızca girdileri mal ve hizmetlere dönüştürme becerisiyle değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel sorunların çözümüne katılımıyla belirlenmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, çevresel etkilerin azaltılması, atık yönetiminin iyileştirilmesi, çevresel düzenlemelere uyum, çalışanların korunması gibi toplumla ilgili kurumsal faaliyetleri içermektedir (Miniaoui, Chibani ve Hussainey, 2019:1). Kalite, hizmet, yarar ve fiyat gibi geleneksel faktörlerin yanı sıra stratejik niyet, çalışan davranışları, toplumsal bilinç ve çevresel duyarlılık gibi konular, kurumsal sosyal sorumluluğun işletme başarısında önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. İşletmeler uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ile çevrelerindeki sorunlara (doğal kaynakların korunması, çevre kirliliğinin önlenmesi, kıtlık, eğitim, sağlık vb.) cevap vererek topluma katkı sunmaktadırlar. Topluma yönelik gerçekleştirilen bu katkılar, işletmeye rekabet ortamında büyük avantajlar kazandırmaktadır. İşletmenin toplum nezdinde itibarının artması, piyasadaki değer ve konumunun güçlenmesi, tedarikçi, müşteri ve toplumla arasındaki olumlu etkileşimin artması bunlardan bazılarıdır (Korkmaz, 2009:17; Çalışkan, 2010:26; Özkan, Tanç ve Taşdemir, 2018:572; Awalluddin, 2020:3). İşletmelerin faaliyetlerine kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini entegre ederek yürütmeleri işletme sürekliliği ve kârlılığı için büyük bir öneme sahiptir (Kelgökmen İlic, 2010:304).

2. ALANYAZIN TARAMASI

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletme grupları ve türlerine göre nasıl farklılaştığı veya uyum gösterdiğine dair sınırlı sayıda

çalışma bulunmaktadır. Yapılan araştırmaya paralel olarak işletme grupları ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) faaliyetleriyle doğrudan ilişkili olan çalışmalar şunlardır:

Yıldırım (2013) çalışmasında, 2011 ve 2012 dönemleri içinde BİST 30 endeksi içinde bulunan altı (6) şirketin kurumsal yönetim ilkeleri uyum raporları ve finansal tablolarını kurumsal sosyal sorumluluk açısından incelemiştir. Çalışma kapsamında elde edilen veriler oran analizi ve içerik analiziyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda, toplumun KSS açıklamalarına genel olarak duyarlı oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte 2011 yılı uyum raporu sonuçlarında en çok personel, arz edilen ürün, tüketici, toplum ve çevre konularına değinildiği, 2012 yılı sonuçlarının ise 2011 yılı sonuçlarıyla benzerlik taşıdığı tespit edilmiştir.

Pusak (2014) çalışmasında İSO 500'e giren 2012 yılının en büyük 200 şirketinin internet ortamında taranması ile 14 şirketten elde edilen 14 adet Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) veya sürdürülebilirlik başlıklı raporları içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Şirketlerin raporlarında çevre, sağlık, güvenlik, eğitim, kültür, sanat, spor ve paydaşlarla ilgili seçilen alt kategorilere birbirinden çok farklı düzeylerde yer verdikleri görülmüştür. Her kategorinin şirketler arasındaki düzeyinin birbirinden çok farklı olduğu, dolayısıyla her şirketin aynı KSS uygulamasını birbirinden çok farklı düzeyde gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir.

Tarcan, İçigen, Çevik ve Doğan (2016), Türkiye içinde hizmet sunan 28 uluslararası zincir otelin kurumsal web sitelerinde ve sosyal medya platformlarında yer alan sosyal sorumluluk faaliyetlerini incelemiştir. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İnceleme kapsamında değerlendirilen işletmelerin sosyal sorumluluk en fazla yoğunlaştıkları çalışmaların çevre, afet, yoksulluk, eğitim, yerel konular ve sağlık konuları olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin en az uyguladıkları sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ise kültürel çalışmalar olduğu gözlemlenmiştir.

De Jong ve Van Der Meer (2017), yaptıkları çalışmada, KSS faaliyetleri ile şirketlerin faaliyet alanları arasındaki uyumu araştırmışlardır. Hollanda hükümetinin 2011 yılında yayınladığı şeffaflık raporunda yer alan şirketler araştırmaya dâhil edilmiştir. Şirketlerin 2011 yılındaki yıllık raporları ve KSS raporları içerik analiziyle incelenmiştir. Çalışma sonucunda, şirketler ve KSS faaliyetleri arasında uyumun olduğu tespit edilmiştir.

Demirel (2018), çalışmasında, Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşu arasından büyüklük sırasına göre seçtiği 200 şirketin kurumsal internet sitelerinin taranmasıyla 29 adet sosyal sorumluluk raporunu içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Türkiye'de az sayıda işletmenin KSS raporu yayınladığı tespit edilmiştir. İşletmelerin KSS raporlarında kültür, sanat, spor konusundaki uygulamalara daha az yer verdikleri ve çevre ile ilgili konulara ise daha çok yer verdikleri görülmüştür.

Soysal (2019), çalışmasında, 2017 yılına ait verilerden yola çıkarak İSO 500 listesindeki şirketler arasından, toplam satış miktarı İSO 500'ün yaklaşık

onda sekizine denk gelen ilk 250 şirketi seçerek bu şirketlerin KSS faaliyetlerini içeren sürdürülebilirlik raporlarını incelemiştir. Raporlar içerik analizi ve tanımlayıcı istatistiksel çözümlene yöntemleriyle incelenmiştir. Şirketlerin KSS raporlarında, kategorilere birbirlerinden farklı düzeyde yer verdikleri görülmüştür. Kimi şirketlerin, çevre konusuna daha fazla önem verdikleri görülürken, kimi şirketlerinde çevresel faaliyetler sınıfı altındaki temiz enerji, atık ve emisyon gibi konulara daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir. Yine bazı şirketler, sağlık ve güvenlik konularına önem verirken, bazı şirketlerin de eğitim, kültür, sanat gibi konulara daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir.

Aytar (2019), yaptığı çalışmasında BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. BİST Sürdürülebilirlik Endeksi içindeki işletmelerin KSS faaliyetlerinde hangi konulara daha fazla ağırlık verdikleri, bu çalışmaların ne yönde gelişim gösterdiği ve KSS faaliyetlerinin endeks içinde sektörel açıdan farklılık taşıyıp taşımadığını belirlemeye çalışmıştır. Yapılan çalışmada, Sürdürülebilirlik Endeksi içinde bulunan şirketlerin KSS çalışmalarının işletme ve sektör grupları açısından farklılıklar taşıdığı tespit edilmiştir. BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan şirketlerin KSS çalışmaları kapsamında ağırlıklı olarak sosyal ve kültürel faaliyetler kategorisindeki çalışmalara yer verdikleri gözlemlenmiştir.

Süklüm ve Hiçyorulmaz (2019), çalışmalarında BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde bulunan işletmelerin sosyal sorumluluk, çevre ve sürdürülebilirlik faaliyetlerini incelemişlerdir. Ayrıca, işletmelerin sosyal sorumluluk açısından çevresel duyarlılıklarının seviyelerini tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışmada, BİST Sürdürülebilirlik Endeksi 2017 yılı değerlemeye tabi tutulmuş ve işletmelerin finansal tabloları ve faaliyet raporları incelenmiştir. Araştırma yöntemi olarak içerik analizi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, işletmelerin çevre muhasebesi uygulamadıkları, finansal raporlarında ve sürdürülebilirlik raporlarında çevre ile ilgili sayısal bilgilerden ziyade genel bilgilerin bulunduğu tespit edilmiştir.

3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI VE ÖNEMİ

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramını oluşturan kurumsal kavramı “tüzel bir kişiliğe sahip olan şirketlere ilişkin” bir kavram olarak nitelendirilmektedir. Bu nitelendirmeye bağlı olarak kişilerle, organizasyonlarla ve resmi kuruluşlarla ilişkilendirilen sosyal sorumluluk kavramından farklı olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramı “işletmelerin topluma sağladıkları yarar” ile incelenen bir kavram niteliğini teşkil etmektedir (Sarıkaya ve Akarca, 2011:61; Pusak, 2014:5). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı; işletmenin, toplumun beklentilerine cevap vermesinde gönüllülük esasına dayanarak, ekonomik unsurların dışında insani unsurlara da önem vermesidir (Yalman, 2018:8). Kurumsal sosyal sorumluluğun kesin ve somut bir tanımı olmamasına rağmen, çeşitli yönetim disiplinleri, kurumsal sosyal sorumluluğun kalite yönetimi, pazarlama, iletişim, finans, insan kaynakları yönetimi ve raporlama gibi disiplinlerin amaçlarına uygun olduğunu kabul etmişlerdir. Tablo 1. içerisinde kurumsal sosyal sorumluluğun literatürde en sık

alıntı yapılan tanımlarından bazıları yer almaktadır (Dusuki ve Yusof, 2008: 30).

Tablo 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önerilen Tanımları

Yazar/lar	Önerilen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımları
Bowen (1953) ve Carroll (1999)	İş adamlarının politikaları takip ederek karar vermesi veya toplumun hedefleri ve değerleri açısından arzu edilen eylem çizgilerini takip etme yükümlülüğü.
Davis (1960)	Firmanın doğrudan ekonomik veya teknik ilgisinin ötesinde bazı nedenlerden dolayı iş adamlarının aldığı kararlar ve eylemler.
Davis (1973)	Firmanın, dar ekonomik, teknik ve yasal gerekliliklerinin ötesindeki hususları dikkate alması ve bunlara yanıt vermesi.
Fitch (1976)	Kurumun sosyal problemleri çözmeye yönelik tamamen veya kısmen ciddi girişimlerde bulunması.
Zenisek (1979)	Toplumun iş dünyası beklentileri ile iş ahlakı arasındaki "uygunluk" derecesi.
Jones (1980)	Kurumların, hissedarları dışında toplumda kanun ve sendika sözleşmeleri ile öngörülenlerin ötesinde gruplar kurma zorunluluğu.
Epstein (1989)	Ticari organizasyonların, kıt mal ve hizmet üretme ve dağıtma işlevlerinin hissedarlar için ekonomik olarak tatmin edici bir düzeyde kâr getirmelerini aşan toplumsal yükümlülükler.
Maclagan (1999)	Bireylerin ahlaki değerlerinin ve kaygılarının dile getirildiği süreç.
McWilliams ve Siegel (2001); Kok ve diğ. ark. (2001)	Firmanın kaynaklarını topluma fayda sağlayacak şekilde kullanma yükümlülüğü veya toplumun bir üyesi olarak kararlı katılım yoluyla toplumu genel olarak dikkate alarak ve şirketin doğrudan kazanımlarından bağımsız olarak toplumun refahını iyileştirme yükümlülüğü.

Kaynak: (Dusuki ve Yusof, 2008: 31)

1953 yılında Amerikalı iktisatçı Howard Bowen'in yayınladığı "İş Adamının Sosyal Sorumlulukları" (Social Responsibilities of the Businessman) adlı makalesiyle kurumsal sosyal sorumluluk kavramının temelleri atılmıştır (Garriga ve Mele, 2004:51). Bowen bu makalesinde, işletme sahiplerinin toplumun değer ve hedefleriyle örtüşen sosyal sorumluluk çalışmalarına yönelmeleri ve bu faaliyetlerle ilgilenmeleri gerektiği görüşünü savunmaktadır (Aktan ve Börü, 2007:6). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının temellerinin atılmasının ardından birey odaklı kârlılık ve sürekliliğinin sağlanması düşüncesi bütün dünyada değişime uğramaya başlamıştır. İşletmenin sadece kâr elde etmesi ve çevre ile topluma yönelik sorunlara fazla önem vermemesi görüşü, yerini işletmenin tek amacının kâr sağlamak olmadığı çevreye ve topluma karşı da sorumlulukları olduğu görüşüne bırakmıştır (Bayraktaroğlu İltar ve Tanyeri, 2009:35). Bilgi teknolojilerinde yaşanan ilerlemelerle birlikte toplumda gelişmeye başlamış ve işletmeler toplumun refah düzeyini artırıcı çalışmalara yönelmişlerdir. İnsani değerlerin önem kazanması ve artan eğitimle birlikte bireylerin refah düzeyindeki artışlar, bireylerin beklentilerinin de artmasını sağlamıştır. İşletmelerin kâr elde edebilmesi ve sürekliliğini

sağlayabilmesi için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri zorunlu bir hal almaya başlamıştır (Alkan, 2004:5). Son zamanlarda daha fazla ilgi görmeye başlayan çevre kirliliği, hammadde ve enerjideki eksiklikler, işletmelerin tekel niteliği kazanması, siyasi sorunlar, işletmenin iç ve dış çevresinde yaşanan sorunlar bağlamında işletmeler toplumsal fayda sağlayan çalışmalara yönelmişlerdir (Korkmaz, 2009:33). Toplum ve iş dünyası arasında yaşanan ciddi değişikliklerde kurumsal sosyal sorumluluk sürecinin gelişmesinde aktif bir rol oynamıştır. Kurumsal sosyal sorumluluğun yaygınlaşmasında Dünya Bankası, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı, Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve diğer uluslararası kuruluşların önemli etkisi bulunmaktadır. Nitekim Avrupa Birliği tarafından 2005 yılı da “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yılı” olarak ilan edilmiştir (Akgeyik, 2007:66; Bayraktaroğlu vd., 2009:36).

Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının sağlık, eğitim, çevre ve topluma destek uygulamaları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu uygulamaları ayrıntılı şekilde ifade etmek gerekirse; yaşam standardının yükselmesi, toplumsal açıdan yaşamı kolaylaştırma, bölgesel kalkınmayı destekleme, toplumsal güven, doğal çevreyi koruma, istihdam olanakları, kültürel varlıkların korunması ve gelecek nesillere ulaşmasını sağlama, çevreye yönelik yatırımlar ve yeni doğal alanlar oluşturma gibi geniş bir uygulama alanına sahiptir (Gürel, 2010:118). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gönüllülük esasına dayanan faaliyetlerdir. Ancak, tamamen karşılık beklemeksizin yapılan faaliyetler olduğunu ileri sürmek gerçeği yansıtmamaktadır. Çünkü kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri iktisadi ve sosyal geri dönüş sağlayan yönetim faaliyetleridir (Saran, Coşkun, Zorel ve Aksoy, 2011:3735). İşletmelerin geleceği içinde önemli bir yatırım aracı olarak görülmektedir. İşletmelerin toplumun ihtiyaçlarına odaklanarak, toplumsal sorunlara destek vermesi ve çözüm arayışında olması işletmeye hem maddi hem de manevi olarak olumlu getiriler sağlamaktadır. İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ile rakiplerine karşı rekabet üstü avantaj sağlarken toplum nezdinde de iyi bir itibar ve imaj kazanmaktadır (Fidan ve Şentürk, 2017:41).

İşletmelerin stratejik yönetim süreçlerinde, misyon, vizyon ve değer anlayışları içerisinde kurumsal sosyal sorumluluğa yer vermeleri bu kavrama verdikleri önemi göstermektedir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, işletmelerin bu değerleri uygulamaya geçirebilmeleridir. Bu bağlamda, işletmeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine var oluş sebepleri arasında yer veriyorlarsa, bunu bütün faaliyetlerine yansıtmaları gerekmektedir. Aksi takdirde işletmelerin, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ilgi çekme çabasından öteye gidemeyecektir. Bu durumda toplumun, işletmeye karşı olan güvenini yitirmesine sebep olacaktır (Gümüş ve Öksüz, 2009:21-35).

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında ilişki içerisinde olduğu çıkar grupları bulunmaktadır. Bu çıkar gruplarının bazıları işletmeyle doğrudan ilişki içerisinde bulunurken, bazıları da dolaylı olarak ilişki içerisinde bulunmaktadır. İşletmenin çevresi olarak da nitelendirilen bu çıkar grupları, işletmenin iç ve dış çevresi olarak adlandırılmaktadır (Korkmaz, 2009:47). İşletmenin iç çevresi içerisinde; hissedarlar ve çalışanlara yönelik

sorumluluklar yer alırken, dış çevresi içerisinde ise; müşteriler, tedarikçiler, çevre, devlet, rakipler ve topluma yönelik sorumluluklar yer almaktadır. İşletme ise hem iç hem de dış çıkar grupları arasında yer almakta ve kurumsal sosyal sorumluluğunu her iki tarafın da beklenti ve isteklerini karşılayacak şekilde dengelemeye çalışmaktadır (Aktan ve Börü, 2007:10). Toplum ve çevreye karşı duyarlı davranan, saygılı ve etik değerlere uygun işletmeler, tüketiciler tarafından daha fazla ilgi görmektedirler. Bu ilgi toplumun gelişmişlik seviyesiyle doğru orantılı bir şekilde artmaktadır. İşletmeler için birçok fon sağlayan ve yatırım yapan kuruluşlar da işletmeleri sorumluluk performansları çerçevesinde değerlendirmektedir. Bu doğrultuda, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti yürüten işletmeler rekabet ve sermaye avantajı kazanmaktadır (Şahin, 2019:18; Şahinolanlar, 2015:10). Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve Uluslararası Çalışma Örgütü gibi organizasyonlar tarafından çevrenin, toplumun, çalışanların ve işletmenin diğer çıkar gruplarına yönelik geliştirilmiş olan koruyucu davranışları, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önemini ortaya koymaktadır (Ece, 2019:43-58).

4.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın temel amacı ve kapsamı belirtilerek, kullanılan yöntem doğrultusunda içerik analizi sürecinin aşamaları uygulanarak, elde edilen anlamlı bulgular paylaşılmıştır.

4.1.Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 endeksleri ve sektörler açısından karşılaştırmalı bir içerik analizinin yapılarak elde edilen anlamlı sonuçların paylaşılmasıdır. Çalışma kapsamında BİST 100 endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal internet siteleri ve sürdürülebilirlik raporları taranarak içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu kapsamda 77 işletmenin güvenilir ve kamuya açık 2018 ve 2019 yılları arasındaki rapor ve uygulamalarına ulaşılarak analize dâhil edilmiştir.

4.2.Yöntem

Çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının incelenmesi için uygun araçlar sunan nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri veri analizinde farklı desenleri ve özgün aşamaları gerektiren imgesel verilere ihtiyaç duymaktadır (Creswell, 2014:183). Çalışma kapsamında kullanılan içerik analizi yöntemi, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek bunları okuyucunun anlayabileceği bir şekilde düzenlemek ve yayımlamak esasına dayanmaktadır (Demirel, 2018:73). Kurumsal sosyal sorumluluk ölçümünün sınır ve içeriğinin tanımlanması açısından oldukça zor olduğu bilinmektedir. Bu çerçevede kurumsal sosyal sorumluluk ölçümünde içerik analizi, itibar endeksi, KLD (Domini 400) endeksi ve zehirli atık endeksi en sık tercih edilen yöntemler arasında sıralanmaktadır (Sarıkaya ve Akarca, 2011:65-66). Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğini arttırmak amacıyla Tablo 2 içerisinde yer alan içerik analizinin aşamaları takip edilmiştir.

Tablo 2. İçerik Analizinin Aşamaları

İÇERİK ANALİZİ SÜRECİ
Araştırma yapısı ve sorularını oluşturma
Belgenin kaynağını tanımlama
Analiz birimi ve örnekleme belirtme
Kodlama çerçevesini belirleme
Verileri analiz etme

Kaynak: (Popping, 2000:10-11; Harris, 2001:194; Chun, 2019:61; Aytar, 2019:327'den uyarlanmıştır.)

4.2.1. Araştırma Yapısı ve Sorularını Oluşturma

BİST 100 içerisinde yer alan işletmelerin farklı sektörlerde faaliyet yürütmeleri ve daha özede BİST 30 ve BİST 50 endekslerinde yer almaları bu endeksler ve sektörler arasında farklı açılardan karşılaştırmaların yapılmasını mümkün kılmaktadır. Çalışmanın amaçları çerçevesinde aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap bulunmaya çalışılmıştır.

1. BİST 100 Endeksi içerisinde yer alan işletmelerin KSS faaliyetleri hangi faaliyet türleri üzerine yoğunlaşmaktadır? Önceden belirlenen temalar açısından sektör bazında nasıl bir dağılım gerçekleşmektedir?
2. BİST 100, BİST 50 ve BİST 30 Endekslerinin belirlenen temalar açısından yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri arasında fark bulunmakta mıdır? Endeks özelinde KSS faaliyetleri hangi faaliyet türleri üzerine yoğunlaşmaktadır?

4.2.2. Belgenin Kaynağını Tanımlama

Araştırmanın ana kümesini, Nisan-Haziran 2020 dönemine ait BİST 100 Endeksinde yer alan işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmada tam sayım yöntemi kullanılmıştır. BİST endekslerinde yer alan işletmelerin listesine KAP (Kamuyu Aydınlatma Platformu)'ın resmi internet sayfasından ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin seçilmesinin nedeni, Türkiye'nin en yüksek piyasa değerine, en yüksek borsa işlem hacmine ve ideal kurumsal yönetim standartlarına sahip olduklarının bilinmesidir. Dolayısıyla bu işletmelerin KSS faaliyetlerine kurumsal internet sitelerinde yer verdikleri ve sürdürülebilirlik raporlarını düzenli aralıklarla yayınladıkları düşünülmektedir. Araştırma kapsamında Nisan-Haziran 2020 dönemi BİST 100 içindeki şirketlerin 2018 ve 2019 yılları içinde alt tema ayrıntıları özelinde endeks ve sektör açısından hangi KSS ana temalarına daha fazla ağırlık verdikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

4.2.3. Kodlama Çerçevesini Belirleme

Bu çalışmada kodlama çerçevesinin belirlenmesinde BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin sürdürülebilirlik raporları referans olarak

kabul edilmiştir. Bu konuda Aytar (2019), tarafından daha önce sürdürülebilirlik raporları referans alınarak yapılan benzer bir araştırmaya paralel olarak sosyal ve kültürel, çevresel, eğitim odaklı, toplum sağlığına yönelik ve enerji verimliliği konuları ana kategoriler olarak belirlenmiştir. Bu ana kategorilerle birlikte KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategoriler de tespit edilmiştir. Belirlenen alt kategoriler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri adı altında kodlanmıştır. Çalışma çerçevesinde yapılan kodlamalar Microsoft Excel dosyasında oluşturulan bir kodlama formuna kayıt edilmiş, analiz sürecinde Nvivo nitel analiz programından faydalanılmıştır. Çalışma kapsamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Tablo 3 içinde yer alan ana kategoriler ve bu ana kategorilerin alt kategorileri içeriği açısından taranarak kodlanmıştır.

Tablo 3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Kodlama Tablosu

FAALİYET İÇERİĞİ KODLAMASI (1)	KSS FAALİYET TÜRÜ KODLAMASI (2)
(a1) Görsel, İşitsel ve Dramatik Sanatların Gelişimi ve Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;	
(a2) Turizm ve Tarım Gibi Sektörel Alanların Gelişimi ve Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;	
(a3) Çocuk, Aile ve Cinsiyet Eşitliğine Odaklanan Sosyal Projelerin Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;	Ana Tema: Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
(a4) Sosyal ve Kültürel Faaliyetler Kapsamında Değerlendirilen Burs, Bağış ve Destekler;	Alt Tema: (A)= (a1, a2, a3, a4, a5, a6, a7, a8)
(a5) Bireylerin Sportif Etkinliklerle Sosyal Gelişimine Yönelik Faaliyetler;	
(a6) Bireylerin Daha Güvenli Yaşam İmkânlarına Yönelik Faaliyetler;	
(a7) Dezavantajlı Grupların Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;	
(a8) Kültürel Mirasın Korunmasına Yönelik Faaliyetler	
(b1) Ağaçlandırma Faaliyetleri;	
(b2) Doğa, Çevre ve Biyoçeşitliliğin Korunması Faaliyetleri;	Ana Tema: Çevresel Faaliyetler
(b3) Karbon İzi Azaltma Faaliyetleri;	Alt Tema: (B)= (b1, b2, b3, b4)
(b4) Yaban ve Sokak Hayvanlarına Yönelik	

Faaliyetler

(c1) Öğrencilerin Bilgi ve Yeteneklerinin Gelişmesine Yönelik Eğitim Odaklı Faaliyetler;

(c2) Bilimsel Çabaların Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;

(c3) Okuma Alışkanlığı ve Kitap Ulaşılabilirliğini Artırmaya Yönelik Faaliyetler;

(c4) Aile, Öğretmen ve Öğrenci Odaklı Eğitim Faaliyetleri;

(c5) Diğer Eğitim Faaliyetleri;

(c6) Eğitim Kapsamında Değerlendirilen Burslar, Bağış ve Destekler

(d1) Genel Olarak Toplum Sağlığını İyileştirmeyi Amaçlayan Faaliyetler;

(d2) Dezavantajlı Grupların Rehabilitasyonuna Yönelik Faaliyetler

(e1) Enerji Verimliliğini Artırmaya Yönelik Faaliyetler;

(e2) Temiz Enerji Bilincinin Oluşturulmasına Yönelik Faaliyetler

Ana Tema:
Eğitim Odaklı Faaliyetler

Alt Tema:
(C)= (c1, c2, c3, c4, c5, c6)

Ana Tema:
Toplum Sağlığı Faaliyetleri

Alt Tema:
(D)= (d1, d2)

Ana Tema:
Enerji Verimliliği Faaliyetleri

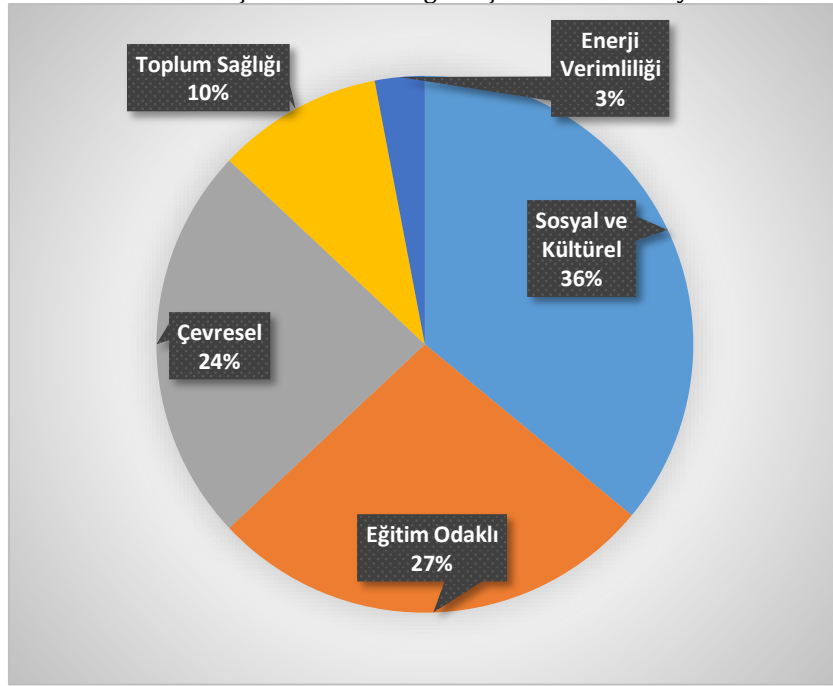
Alt Tema:
(E)= (e1, e2)

Kaynak: (Aytar, 2019:330'dan Genişletilmiştir.)

4.2.4. Verilerin Analiz Edilmesi ve Bulgular

Çalışma kapsamında BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin sürdürülebilirlik raporları, kurumsal internet siteleri ve basında yer alan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ayrıntılı bir analize tabi tutulmuştur. Elde edilen veriler Tablo 3. içinde gösterilen ana ve alt tema başlıkları altında kodlanmıştır. Kodlama işlemi tamamlandıktan sonra endeks ve sektör grupları kurumsal sosyal sorumluluk ana tema ve alt tema başlıklarına göre karşılaştırmalar yapılarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Grafik 1. BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri



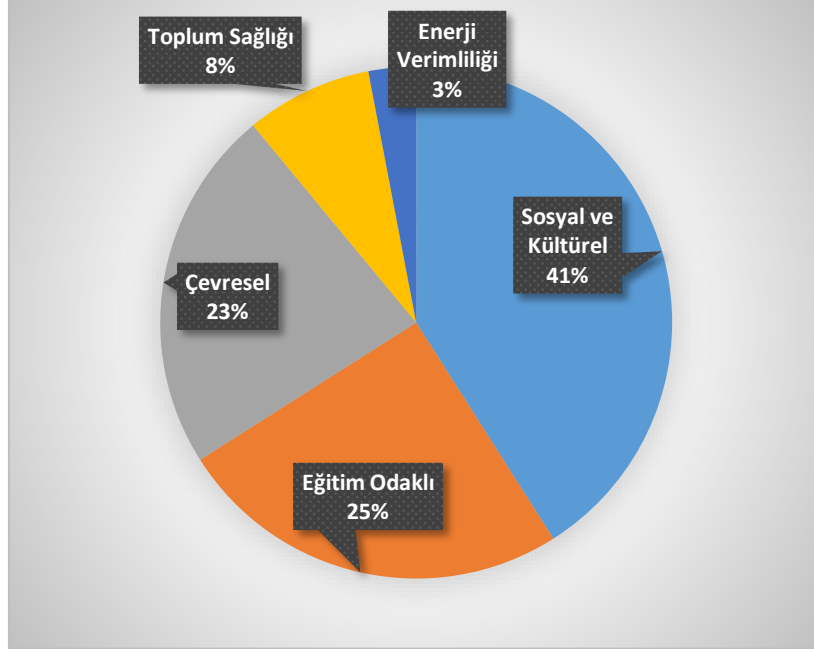
Grafik 1’de detayları gösterilen BİST 100 Endeksindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genel olarak sosyal ve kültürel faaliyetlere yoğunlaştığı görülmektedir. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin %36’sının (60 İşletme) kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında en az bir sosyal ve kültürel faaliyete; %27’sinin (52 İşletme) en az bir eğitim odaklı faaliyete; %24’ünde (48 İşletme) en az bir çevresel faaliyete yönelik kurumsal sosyal sorumluluk çalışması gerçekleştirdiği görülmektedir. Yine bu işletmelerden %10’nun (26 İşletme) en az bir toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve %3’ünde (9 İşletme) enerji verimliliği faaliyetlerine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına imza attıkları görülmektedir. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilere ne düzeyde yer verdikleri Tablo 4 içerisinde paylaşılmıştır.

Tablo 4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alt Kategorileri Türlerinin Dağılımı (BİST 100)

BİST 100 Endeksi KSS Faaliyet Türleri				
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Eğitim Odaklı Faaliyetler	Toplum Sağlığı Faaliyetleri	Enerji Verimliliği Faaliyetleri
(a1) = %27	(b1) = %38	(c1) = %14	(d1) = %53	(e1) = %100
(a2) = %5	(b2) = %43	(c2) = %2	(d2) = %47	(e2) = %0
(a3) = %10	(b3) = %8	(c3) = %8		
(a4) = %20	(b4) = %11	(c4) = %5		
(a5) = %12		(c5) = %41		
(a6) = %4		(c6) = %30		
(a7) = %10				
(a8) = %12				

BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (a1) görsel, işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyete (%27) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; sergi, konser, kısa film festivali, tiyatro, sinema, belgesel, müze çalışması gibi organizasyonlar gerçekleştirilmiştir. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından eğitim odaklı faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (c5) diğer eğitim faaliyetlerine (%41) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Diğer eğitim faaliyetleri içerisinde; üniversite, vakıf ve derneklerle yürütülen öğrencilerin yetkinliklerini arttırmaya yönelik faaliyetler, kariyer programları, okullara ekipman desteklerinin sağlanmasına yönelik çalışmalar bulunmaktadır. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından çevresel faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (b2) doğa, çevre ve biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik faaliyetlere (%43) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; çevre temizliği çalışmaları, ambalaj atıklarının geri kazanımı gibi çalışmalar yer almaktadır. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından toplum sağlığına yönelik faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (d1) toplum sağlığını iyileştirmeyi amaçlayan çalışmalara (%53) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; ihtiyaç sahibi hastaların desteklenmesi, tedavi programları, ilaç yardımı, kan bağışi gibi çalışmalar yer almaktadır. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından enerji verimliliği faaliyetleri kapsamında en fazla (e1) enerji verimliliğini arttırmaya yönelik çalışmalara yer verdikleri tespit edilmiştir.

Grafik 2. BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri



Grafik 2’de detayları gösterilen BİST 50 Endeksindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genel olarak sosyal ve kültürel faaliyetlere yoğunlaştığı görülmektedir. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin %41’inin (36 İşletme) kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında en az bir sosyal ve kültürel faaliyete; %25’inin (29 İşletme) en az bir eğitim odaklı faaliyete; %23’ünün de (26 İşletme) en az bir çevresel faaliyete yönelik kurumsal sosyal sorumluluk çalışması gerçekleştirdikleri görülmektedir. Yine bu işletmelerden %8’inin (11 İşletme) en az bir toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve %3’ünün de (5 İşletme) enerji verimliliği faaliyetlerine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına imza attıkları görülmektedir. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilere ne düzeyde yer verdikleri Tablo 5 içerisinde paylaşılmıştır.

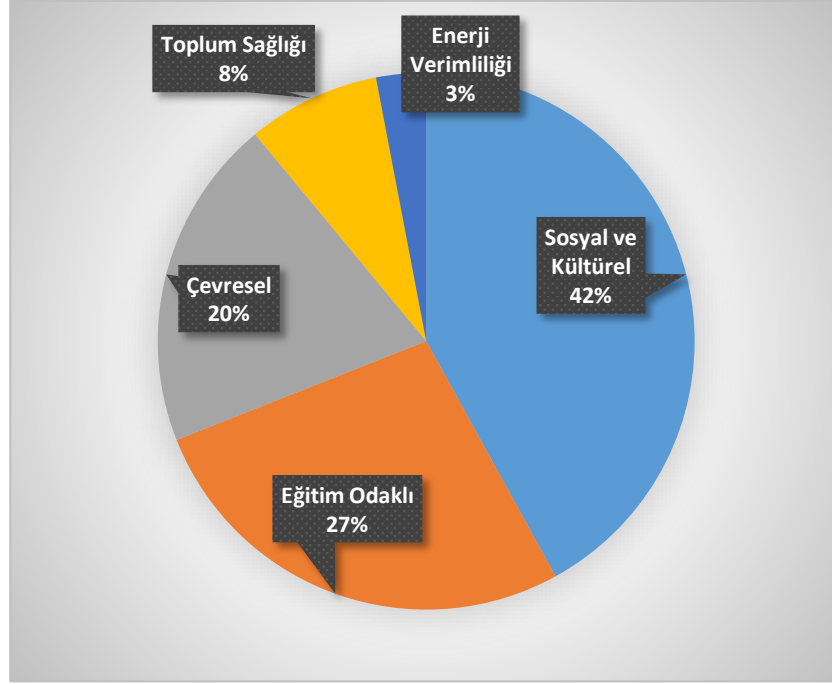
Tablo 5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alt Kategori Türlerinin Dağılımı (BİST 50)

BİST 50 Endeksi KSS Faaliyet Türleri

Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Eğitim Odaklı Faaliyetler	Toplum Sağlığı Faaliyetleri	Enerji Verimliliği Faaliyetleri
(a1) = %24	(b1) = %42	(c1) = %13	(d1) = %50	(e1) = %100
(a2) = %5	(b2) = %44	(c2) = %0	(d2) = %50	(e2) = %0
(a3) = %11	(b3) = %7	(c3) = %6		
(a4) = %17	(b4) = %7	(c4) = %8		
(a5) = %14		(c5) = %45		
(a6) = %4		(c6) = %28		
(a7) = %12				
(a8) = %13				

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (a1) görsel, işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere (%24) yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından eğitim odaklı faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (c5) diğer eğitim faaliyetlerine (%45) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından çevresel faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (b2) doğa, çevre ve biyoçeşitliliğin korunması, çevre kirliliğinin önlenmesi ve atıkların geri dönüşümüne yönelik faaliyetlere (%44) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından toplum sağlığına yönelik faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden toplum sağlığını iyileştirmeyi amaçlayan çalışmalar (%50) ile dezavantajlı grupların rehabilite edilmesine yönelik çalışmalara (%50) eşit düzeyde yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından enerji verimliliğine yönelik faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla enerji verimliliğini artırmaya yönelik faaliyetlere yer verdikleri ve temiz enerji bilincinin oluşturulmasına yönelik faaliyetlere yer vermedikleri tespit edilmiştir.

Grafik 3. BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri



Grafik 3’de detayları belirtilen BİST 30 Endeksindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genel olarak sosyal ve kültürel faaliyetlere yoğunlaştığı görülmektedir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin %42’sinin (22 İşletme) kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında en az bir sosyal ve kültürel faaliyete; %27’sinin (19 İşletme) en az bir eğitim odaklı faaliyete; %20’sinin de (15 İşletme) en az bir çevresel faaliyete yönelik kurumsal sosyal sorumluluk çalışması gerçekleştirdikleri görülmektedir. Yine bu işletmelerden %8’inin (7 İşletme) en az bir toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve %3’ünün de (3 İşletme) enerji verimliliği faaliyetlerine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk çalışmasına imza attıkları görülmektedir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilere ne düzeyde yer verdikleri Tablo 6 içerisinde paylaşılmıştır.

Tablo 6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alt Kategori Türlerinin Dağılımı (BİST 30)

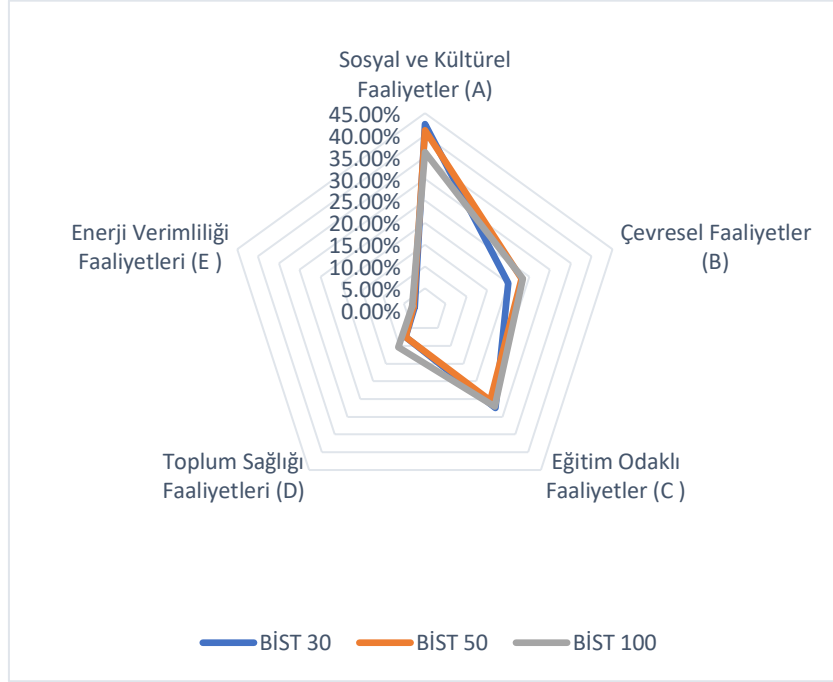
BİST 30 Endeksi KSS Faaliyet Türleri

Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Eğitim Odaklı Faaliyetler	Toplum Sağlığı Faaliyetleri	Enerji Verimliliği Faaliyetleri
(a1) = %27	(b1) = %50	(c1) = %18	(d1) = %44	(e1) = %100
(a2) = %2	(b2) = %42	(c2) = %0	(d2) = %56	(e2) = %0
(a3) = %10	(b3) = %8	(c3) = %6		
(a4) = %14	(b4) = %0	(c4) = %6		
(a5) = %14		(c5) = %40		
(a6) = %4		(c6) = %30		
(a7) = %12				
(a8) = %17				

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (a1) görsel, işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere (%27) yoğunlaştıkları görülmektedir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından eğitim odaklı faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (c5) diğer eğitim faaliyetlerine (%40) yer verdikleri görülmektedir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından çevresel faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (b1) ağaçlandırma, fidan dikme ve orman geliştirme projelerine (%50) yer verildiği görülmektedir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından toplum sağlığına yönelik faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla (d2) dezavantajlı grupların rehabilite edilmesine yönelik faaliyetlere (%56) yoğunlaştıkları görülmektedir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından enerji verimliliğine yönelik faaliyetler kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilerden en fazla enerji verimliliğini arttırmaya yönelik faaliyetlere yer verdikleri tespit edilmiştir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri açısından genel olarak belirgin bir farklılığın bulunmadığı görülmektedir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri içinde sosyal ve kültürel faaliyetlere sırasıyla %42, %41 ve %36 oranında yer verdikleri; çevresel faaliyetlere sırasıyla %20, %23 ve %24 oranında yer verdikleri; eğitim odaklı faaliyetlere sırasıyla %27, %25 ve %27 oranında yer verdikleri; toplum sağlığı faaliyetlerine sırasıyla %8, %8 ve %10 oranında yer verdikleri; enerji verimliliği faaliyetlerine %3 %3 ve %3 oranında yer verdikleri tespit edilmiştir.

Grafik 4. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri KSS Faaliyet Yoğunlaşma Grafiği



Grafik 4'te endekslerin yoğunlaştıkları KSS faaliyet türü odak ve alanlarının birbirleriyle benzerlik taşıdığı görülmektedir. Yoğunlaşılan KSS faaliyet türleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Bununla birlikte BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin, sosyal ve kültürel faaliyet türüne yönelik kurumsal sosyal sorumluluk ağırlıkları karşılaştırıldığında; BİST 100 Endeksi ağırlığının BİST 30 ve BİST 50 Endekslerine göre daha düşük olduğu görülmektedir. Yine toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin Endeksler arasında benzer bir farklılığı yansıttığı görülmektedir. BİST 100 Endeksi ağırlığının BİST 30 ve BİST 50 Endekslerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu iki faaliyet türüne yönelik faaliyetlerde BİST 100 Endeksi faaliyet yoğunlaşmasının BİST 30 ve BİST 50 Endekslerine göre kısmen farklılık gösterdiği görülmektedir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin sektör açısından kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet içeriği kapsamında hangi

faaliyet türüne yoğunlaştıkları tema yoğunluğu açısından Tablo 7 içerisinde gösterilmiştir.

Tablo 7. BİST Endekslerinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Açısından Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri

SEKTÖRLER	BİST 30	BİST 50	BİST 100
Finans	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Ana Metal Sanayi	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Metal Eşya Makine ve Ulaşım A.	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Holding Yatırım	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
İmalat Sanayi	Çevresel Faaliyetler, Eğitim Odaklı Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler
Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik	Çevresel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Eğitim Odaklı Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Enerji		Çevresel Faaliyetler, Eğitim Odaklı Faaliyetler	Eğitim Odaklı Faaliyetler
Gıda İçecek		Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Teknoloji (Bilişim/Savunma)	Eğitim Odaklı Faaliyetler (Savunma)	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (Savunma)	Eğitim Odaklı Faaliyetler (Bilişim ve Savunma)
İnşaat Bayındırlık		Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Çevresel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Çevresel Faaliyetler
Ticaret		Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Çevresel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Ulaştırma	Çevresel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler
Haberleşme	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Toplum Sağlığı Faaliyetleri	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Toplum Sağlığı Faaliyetleri

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan sektör temsilcileri karşılaştırıldığında sosyal ve kültürel faaliyet türleri açısından

farklılıkların bulunduğu görülmektedir. BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 Endeksi sektör temsilcilerine göre daha düşük yoğunlukta sosyal ve kültürel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 50 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 30 ve BİST 100 sektör temsilcilerine göre sosyal ve kültürel faaliyet türlerine daha fazla yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan sektör temsilcileri karşılaştırıldığında çevresel faaliyet türleri açısından farklılıklar taşıdıkları tespit edilmiştir. BİST 30 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerine göre daha düşük yoğunlukta çevresel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 30 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin ise eşit düzeyde çevresel faaliyetlere yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan; imalat sanayi ve ulaştırma sektör temsilcilerinin endeksler içerisinde herhangi bir farklılık taşımadıkları görülmektedir. İnşaat bayındırlık sektör temsilcilerinin sadece BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde, kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler sektör temsilcilerinin sadece BİST 30 Endeksinde, enerji ve ticaret sektör temsilcilerinin ise sadece BİST 50 Endeksi içerisinde çevresel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan sektör temsilcileri karşılaştırıldığında eğitim odaklı faaliyet türleri açısından farklılıklar taşıdıkları tespit edilmiştir. Eğitim odaklı faaliyetlere endeksler içerisinde eşit düzeyde yer verilmiş olsa da sektör açısından farklılıklar bulunmaktadır. Teknoloji sektör temsilcilerinin BİST 30 ve BİST 100 Endeksi içerisinde eğitim odaklı faaliyetlere yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. Enerji sektör temsilcilerinin ise BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde eğitim odaklı faaliyetlere yer verdikleri gözlemlenmiştir. Kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler sektör temsilcilerinin ise sadece BİST 50 Endeksinde, imalat sanayi sektör temsilcilerinin de sadece BİST 30 Endeksinde eğitim odaklı faaliyetlere yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan sektör temsilcileri karşılaştırıldığında toplum sağlığına yönelik faaliyet türleri açısından farklılıklar taşıdıkları tespit edilmiştir. Toplum sağlığına yönelik faaliyet türlerine BİST 30 Endeksinde yer alan haberleşme sektör temsilcilerinin yer vermedikleri gözlemlenmiştir. Haberleşme sektör temsilcilerinin sadece BİST 50 ve BİST 100 Endeksi içerisinde toplum sağlığına yönelik faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

5. SONUÇ

İşletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının etkisi doğrudan fark edilememesine rağmen müşteri ve çalışan bağlılığını artıran önemli bir çaba olarak kabul görmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk politikaları işletmelerin yeni pazarlara girişi ya da yeni stratejik işbirliklerine dahil olma sürecinde anahtar bir role sahiptir. Bağımsız ve ilişkisiz büyüme stratejilerinde işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı paydaş davranışlarını olumlu yönde etkileme potansiyeline sahiptir. Farklı düzeylerde

aranan çevresel uyum, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile daha sorunsuz ve kolay gerçekleşmektedir. Günümüzde işletmeler sadece ürettikleri ürün ve hizmet sunumu ile toplumun tüm beklentilerini karşılayamamaktadırlar. Toplum işletmelerden dolayı olarak sosyal sorunlarına çözüm üretilmesi ve yaşam kalitesinin artırılmasını talep etmektedir. Dolayısı ile işletmelerin toplumsal sorunlara ve toplumsal refah seviyesi etki unsurlarına duyarlı olması beklenmektedir. Bu etkilerin farkında olan büyük işletmeler kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını çok daha etkin ve sistematik biçimde uygulama çabası içindedir.

Çalışma kapsamında BİST 100 içinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları BİST 50 ve BİST 30 gibi daha özel endeksler ve sektör grupları açısından karşılaştırmalı bir analize tabi tutulmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında sosyal ve kültürel faaliyetler, çevresel faaliyetler, eğitim odaklı faaliyetler, toplum sağlığı faaliyetleri ve enerji verimliliği konuları çalışmanın ana kategorileri olarak belirlenmiştir. Bu ana kategorileri tanımlayan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt temalar belirlenmiştir. BİST 100 içinde bulunan bütün işletmelerine bu temalar kapsamında ne tür kurumsal sosyal sorumluluk çalışması yaptığı kayıt altına alınarak alt tema ve ana kategori yoğunlukları belirlenmiştir.

BİST 100 Endeksi içerisinde yer alan işletmelerin KSS faaliyetleri genel olarak değerlendirildiğinde sosyal ve kültürel faaliyetlerin öncelikli tercih edilen çalışma alanı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra sırasıyla eğitim odaklı faaliyetler, çevresel faaliyetler, toplum sağlığına yönelik faaliyetler ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere yoğunlaşıldığı tespit edilmiştir. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmeler sosyal ve kültürel faaliyet içeriklerinden en fazla görsel, işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere yer vermişlerdir. Sosyal ve kültürel faaliyet içeriklerinden ise en az bireylerin daha güvenli yaşam imkânlarına sahip olmalarına yönelik faaliyetlere yer verildiği tespit edilmiştir. Eğitim odaklı faaliyet içeriklerinden de işletmelerin en fazla diğer eğitim faaliyetlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. Diğer eğitim faaliyetleri içerisinde; üniversite, vakıf ve derneklerle yürütülen öğrencilerin yetkinliklerini arttırmaya yönelik faaliyetler, kariyer programları, okullara ekipman desteklerinin sağlanmasına yönelik faaliyetler yer almaktadır. Eğitim faaliyetleri kapsamında işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet içeriğinin ise bilimsel çabaların desteklenmesine yönelik faaliyetler olduğu tespit edilmiştir. Çevresel faaliyetler kapsamında da en fazla doğa, çevre ve biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik faaliyet içeriğine odaklanıldığı tespit edilmiştir. En az önem gösterilen çevresel faaliyetin ise karbon ayak izini azaltmaya yönelik çalışmalar olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen verilerden BİST 100, BİST 50 ve BİST 30 Endekslerinde yer alan işletmeler belirlenen temalar açısından karşılaştırıldığında yoğunlaşılan KSS faaliyetleri arasında fark bulunmadığı tespit edilmiştir. BİST 100, BİST 50 ve BİST 30 Endekslerinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları kapsamında en yoğun olarak sosyal ve kültürel faaliyetler temasına yönelik projeler ve faaliyetlerde buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyet

içeriklerinden en yoğun olarak görsel işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere yer verdikleri gözlemlenmiştir. Endeks karşılaştırması sonucu yoğunlaşılın KSS faaliyet türleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen verilerden endekslerde yer alan işletmeler sektör açısından karşılaştırıldığında, yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri ve temaları arasında farklılıkların bulunduğu tespit edilmiştir. Sosyal ve kültürel faaliyet türleri açısından BİST 30 endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri ile benzerlikler taşıdığı gözlemlenmiştir. Ancak, BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 Endeksi sektör temsilcilerine göre daha düşük yoğunlukta sosyal ve kültürel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 50 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 30 ve BİST 100 sektör temsilcilerine göre sosyal ve kültürel faaliyet türlerine daha fazla ilgi gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Çevresel faaliyet türleri açısından da BİST 30 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerine göre daha düşük yoğunlukta çevresel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 30 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin ise eşit düzeyde çevresel faaliyetlere yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. Eğitim odaklı faaliyet türlerine ise endeksler içerisinde eşit düzeyde önem verildiği tespit edilmiştir.

İşletmeler, KSS faaliyetleriyle paydaşlarını etkilemekte ve paydaşlarından etkilenmektedir. Dolayısıyla işletmeler gerçekleştirdikleri faaliyetlerini ve faaliyet sonuçları hakkındaki bilgileri paydaşlarıyla paylaşmalıdır. Bu sonuçlar neticesinde, işletmelerin güncel olarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine kurumsal internet sitelerinde yer vermeleri ve sürdürülebilirlik raporları yayınlamaları işletme paydaşları açısından büyük öneme sahiptir. Nitel araştırma sürecinde elde edilen deneyim ve bulgulara göre BİST 100 endeksinde yer alan büyük ölçekli işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik standart ve objektif bir raporlama, değerlendirme ve kayıt sisteminin bulunmadığı, endeks içinde yer alan bazı işletmelerin sürdürülebilirlik raporlarını düzenli aralıklarla yayınlamadıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte bu işletmelerin kurumsal internet sitelerinde ve sürdürülebilirlik raporlarında toplum sağlığı ve enerji verimliliği konusuna çokça atıfta buldukları ancak bu faaliyet türlerine yönelik faaliyet somut sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmedikleri görülmektedir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde faaliyet yürüten işletmelerin 2018-2019 yılları arasındaki kurumsal internet sitelerinde KSS başlığı altında paylaştıkları uygulamalarının ve sürdürülebilirlik raporlarının karşılaştırmalı bir içerik analizine tabi tutulduğu bu çalışmadan yola çıkılarak farklı endeks ve temalar üzerine yeni çalışmalar yapılabilir. Bu çalışmada izlenen yol ve elde edilen sonuçların gelecekte yapılacak bilimsel çalışmalara, KSS disiplinine ve uygulayıcılara katkı sunması ümit edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgeyik, T. (2007), “**İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutuyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk: (Bir Alan Araştırması)**”, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, (52), ss. 65-106.
- Aktan, C. C. ve Börü, D. (2007), “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk**”, (Ed.) C. C. Aktan, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul: İgiad Yayını.
- Alkan, F. (2004). “**İnsan Kaynakları Yönetiminde Sosyal Sorumluluk Uygulamaları ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlişkisi**”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aytar, O. (2019), “**BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan Şirketlerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Üzerine Bir İçerik Analizi**”, OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 12, ss. 320-340.
- Awalluddin, M. A. (2020), “**Shareholder Activism and Corporate Social Responsibility in Malaysia**”, Mehmet Akif Ersoy University Journal of Economics and Administrative Sciences Faculty, 7(1), ss. 1-19.
- Bayraktaroğlu, G., İltar, B. ve Tanyeri, M. (2009). **Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru**, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Ben-Amar, W., Francoeur, C., Marsat, S. ve Sijamic Wahid, A. (2021), “**How Do Firms Achieve Corporate Social Performance? An Integrated Perspective**”, Corporate Social Responsibility Environmental Management, ss. 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.2107>.
- Chun, R. (2019), “**How Virtuous Global Firms Say They Are: A Content Analysis of Ethical Values**”, Journal of Business Ethics, 155(1), ss. 57-73.
- Creswell, J. W. (2014), **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**, USA: Sage Publications.
- Çalışkan, O. (2010). “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma**”, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- De Jong, M. D. T. ve Van Der Meer, M. (2017), “**How Does It Fit? Exploring The Congruence Between Organizations and Their Corporate Social Responsibility (CSR) Activities**”, Journal of Business Ethics, 143(1), ss. 71-83.
- Demirel, B. (2018), “**Türkiye'nin İlk 200 İmalat Firmasının Periyodik Olarak Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizi**”, Yüksek Lisans Tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Dusuki, A. W. ve Yusof, T. F. M. T. M. (2008), “**The Pyramid of Corporate Social Responsibility Model: Empirical Evidence From Malaysian Stakeholder Perspectives**”, Malaysian Accounting Review, 7(2), ss. 29-54.
- Ece, S. (2019), “**Kobi Yöneticilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluklarının Karşılaştırılması: Şirnak ve Gaziantep Örneği**”, International Social Sciences Studies Journal, 5(41), ss. 4357-4363.

- Fidan, Z. ve Şentürk, Z. A. (2017), “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Çalışmalarında İşbirliği: Akbank, Garanti Bankası ve Türkiye İş Bankası Üzerine Bir Değerlendirme**”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9(4), ss. 40-65.
- Garriga, E. ve Mele, D. (2004), “**Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory**”, Journal of Business Ethics, 53(1-2), ss. 51-71.
- Gümüş, M. ve Öksüz, B. (2009), “**İtibar Sürecinde Kilit Rol: Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi**”, Journal of Yaşar University, 4(14), ss. 2129-2150.
- Gürel, T. (2010), “**Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Yeni Yaklaşımlar ve Tartışılan Konular**”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(3), ss. 111-122.
- Harris, H. (2001), “**Content Analysis of Secondary Data: A Study of Courage in Managerial Decision Making**”, Journal of Business Ethics, 34(3-4), ss. 191-208.
- Kelgökmen İlic, D. (2010), “**İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması**”, Ege Akademik Bakış, 10(1), ss. 303-318.
- Korkmaz, S. (2009), **İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları**. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Miniaoui, Z., Chibani, F. ve Hussainey, K. (2019), “**The Impact of Country-Level Institutional Differences On Corporate Social Responsibility Disclosure Engagement**”, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 26(2), ss. 1-13.
- Özkan, A., Tanç, Ş. G. ve Taşdemir, B. (2018), “**Sürdürülebilirlik Açıklamaları Kapsamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Karlılık Üzerine Etkisi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Araştırma**”, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 20(3), ss. 560-577.
- Popping, R. (2000), **Computer-Assisted Text Analysis**. London: Sage Publications.
- Pusak, S. (2014), “**Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Araştırma; Şirketlerin Periyodik Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizi**”, Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Saran, M., Coşkun, G., Zorel, F. İ. ve Aksoy, Z. (2011), “**Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk Bilincinin Geliştirilmesi: Ege Üniversitesi Topluma Hizmet Uygulamaları Dersi Üzerine Bir Araştırma**”, Journal of Yaşar University, 6(22), ss. 3732-3747.
- Sarıkaya, M. ve Akarca, Y. (2011), “**Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Ölçüm Teknikleri**”, Denetim, (8), ss. 60-67.
- Soysal, B. (2019). “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişiminde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının Etkinliği: Türkiye’deki Şirketler Üzerine Bir Araştırma**”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Süklüm, N. ve Hiçyorulmaz, E. (2019), “**BİST Sürdürülebilirlik Endeksindeki İşletmelerin Sosyal Sorumluluk ve Çevre Muhasebesi İlişkisi Açısından İncelenmesi: Bir İçerik Analizi**”, Business & Management Studies: An International Journal, 7(4), ss. 1806-1824.

- Şahin, U. (2019), **“Kurumsal Sosyal Sorumluluk Perspektifinden Marka Algısı Yaratılması ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şahinolanlar, F. (2015), **“Sosyal Sorumluluk Uygulamalarından Sponsorluk Faaliyetlerinin Paydaşlarca Algılanması ve Bir Uygulama”**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tarcan İçigen, E., Çevik, B. ve Doğan, O. (2016), **“Türkiye’de Faaliyet Gösteren Uluslararası Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının İncelenmesi”**, Mediterranean Journal of Humanities, 6(2), ss. 299-310.
- Yalman, Y. (2018), **“Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının İşletmelerin Kurumsal İtibarına Etkileri: İşletme Yöneticilerinin Algıları Üzerine Bir Araştırma”**, Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Yıldırım, A. (2013), **“Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Finansal Performans Üzerine Etkisi: BİST-30’da Bir Uygulama”**, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

İSLAMİ FİNANSA DİYANET PERSONELİNİN BAKIŞ AÇISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Mehmet Ali AYÇİLEK

Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü
ORCID: 0000-0002-4606-2536

Yücel AYRIÇAY

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İBBF, İşletme Bölümü
ORCID: 0000-0001-5148-391X

Nur Esra BEKERECİ

Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü
ORCID: 0000-0003-4625-5132

Öz

1970'lerin ortalarından itibaren gelişmeye başlayan İslami finansla iliği yapılan araştırmalar, bireylerin İslami finans algısının genellikle zayıf olduğunu göstermektedir. Toplumun İslami finansla ilişkin konularda bilinçlendirilmesinde, konunun dini nitelikleri olması nedeniyle, doğal olarak diyanet personeline görevler düşmektedir. Bu çalışmanın amacı, diyanet personelinin İslami finansla ilişkin algılarını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda Gaziantep İl'inde görev yapan diyanet personeline anket uygulanmış ve 291 anket verisi analize tabi tutulmuştur. Bu çalışmada sırasıyla, güvenilirlik ve faktör analizi; T ve Anova testleri yapılmıştır. Analizler sonucunda İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamalarının cinsiyete göre farklılaşmadığı saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların yaşı ve diyanetteki vazife süreleri ile boyut ortalamalarının farklılaştığı görülmüştür. Çalışmada diyanet personelinin İslami finans sisteminin temel paradigması olan faiz yasağı konusunda oldukça hassas oldukları tespit edilmiştir. Fakat, katılımcılar toplumsal yapıdan bağımsız olarak sadece İslami finansla vurgu yapan bir anlayışla İslami finansın uygulanabilirliğini mümkün görmemektedir. Bunun bir yansıması olarak, İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyine sahip olmaları gerektiğini belirtmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Diyanet İşleri Personeli, İslami Finans, Faiz.

¹ Bu çalışma 6. Anadolu Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi'nde sözlü olarak sunulmuştur.

A RESEARCH ON THE RELIGIOUS AFFAIRS STAFF'S PERSPECTIVE OF ISLAMIC FINANCE

Abstract

Studies on Islamic finance, which started to develop since the mid-1970s, show that individuals' perception of Islamic finance is generally weak. Due to the religious nature of the issue, the personnel employed in the Administration of Religious Affairs naturally have a duty in raising the awareness of society concerning the issues related to Islamic finance. The present study aims to determine the perceptions of those employed in the Administration of Religious Affairs regarding Islamic finance. For this purpose, a questionnaire was applied to the personnel working in the Administration of Religious Affairs located in Gaziantep, Turkey, as a result of which 291 questionnaire data were put to analysis. In this study, respectively, reliability and factor analysis; T and Anova tests were carried out. As a result of the analysis, it was determined that the average size of the perception of Islamic finance showed no difference for gender. On the other hand, revealed that the age of the participants and their term of office, and their average size differed. The present study showed that the personnel working for the Administration of Religious Affairs tend to be very sensitive about the interest ban, which forms the basic paradigm of the Islamic financial system. However, the participants were determined not to believe in the feasibility of Islamic finance with an understanding that emphasized only Islamic finance regardless of the social structure. They, therefore, believed that individuals should have a strong level of faith and religiosity concerning Islamic finance issues.

Keywords: Religious Affairs Staff, Islamic Finance, Interest.

1. GİRİŞ

Bireylerin finansal tercihlerine etki eden en önemli faktörlerden biri de inançları ve değer yargılarıdır. Şüphesiz ki, çağdaş İslam iktisat düşüncesinin ortaya çıkmasındaki en büyük etken Müslümanların İslam dinine uygun bir ekonomi ve ticari hayat arzusudur. İslam iktisadı, 20. yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkan, İslam dininin ilkelerine uygun ekonomik model arayışını ifade etmektedir. İslam iktisadının en görünür, hatta İslam iktisadı denildiğinde ilk akla gelen alt dalı İslami finanstır (Orhan, 2020:12). İslami finans, İslam dininin kurallarına uygun olarak ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Faizsiz finans olarak da isimlendirilen bu sistem İslam iktisadının bir parçasıdır (Kervan, 2018:1). İslami finans sistemi konvansiyonel finans sistemine alternatif olarak görülmüştür. Bu algının en temel nedeni İslam dininin temel kaynağı olan Kur'an ve hadislerde açık bir şekilde yasaklanan, konvansiyonel finansal sistemin ise temelinde yer alan faizin İslami finans sisteminde bulunmamasıdır (Alım, 2018:1). İslam literatüründe "riba" olarak ifade edilen faiz, ödünç işlemlerinde taraflardan birinin lehine şart koşulan karşılıksız fazlalık olarak tanımlanmaktadır (Özsoy, 2012:110). Bir başka ifadeyle faiz; bireylerin, kurumların veya işletmelerin ihtiyaçları doğrultusunda belirli bir vadede ödenmek üzere almış oldukları borca karşılık borç veren sermaye sahibine ödedikleri fazlalıktır (Okka, 2002:164). Kur'an-ı Kerim'de faiz ile ilgili toplam 13 ayet bulunmaktadır. Bu ayetlerden ilk

nazil olanlarda faiz kötülenmiş, daha sonra nazil olan ayetlerde ise kesin olarak yasaklanmıştır (Erdem, 2018:42).

İslam dininde faizin yasaklanmasının hikmetleri hakkında İslam âlimleri tarafından çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Borç veren kesimin sürekli kazanıp zenginleşirken borç alan kesimlerin fakirleşmesine yol açması, insanları atalete sevk edip emeksiz kazanç sağlamaya alıştırmaması, bireylerin, toplumların hatta devletlerin birbirlerine düşmanlık beslemesine neden olması ve makroekonomik olumsuzluklara yol açması faiz yasağının sebepleri arasında sayılabilir (Orhan, 2020:18; Ayub, 2017:5).

Faiz yasağı, İslam dinindeki kadar net ve kesin olmasa bile, Hammurabi Kanunları, Roma Hukuku hatta Budist meditasyonlarında yer almıştır. Aynı zamanda Tevrat ve İncil de faizi yasaklamıştır (Thomas, 2017:211). Dinlerin yanı sıra, filozoflar da faizin ahlakiliği meselesini ele almışlardır. İlkçağ filozoflarından Eflatun ve Aristo faizi mahkûm etmişlerdir. Çirkin bir kazanç yolu olarak gördükleri faiz onlara göre zenginlerle fakirleri karşı karşıya getirerek devletin selametini tehlikeye atabilir (Özsoy, 1995:110-126). İnsanlık tarihinin kadim devirlerinden beri dile getirilen, İslami finansın temel paradigması ve kamçısı olan faiz yasağı, İslami finansal enstrümanlarının tasarlanmasında, uygulamasında üzerinde en fazla durulan konudur (Yanpar, 2014:61). Ancak, İslami finansı sadece faiz yasağından ibaret görmek eksik olacaktır. İslami finans, ekonomik, ticari, finansal iş ve işlemlerde İslam hukukunun öngördüğü aşırı belirsizlik durumunun reddi, kumar yasağı, dürüstlük, şeffaflık ve risk paylaşımı gibi ilkelerden oluşan bütünsel bir yaklaşımla şekillenmektedir. Söz konusu ilkeler, İslami finansal sistemi, birçok durumda, konvansiyonel sistemden ayıran nitelikleri önermektedir. Klasik finans kitapları her ne kadar etkin bir şekilde işleyen finansal sistemin ekonomik büyümeyi ve refahı arttırdığını söyleseler de küresel krizlerin sıklığının, büyüklüğünün artması, gelir dağılımında yaşanan adaletsizlikler, borç sarmalının ülkeler üzerindeki olumsuz etkileri, küresel ekonominin görülmemiş ölçüde finansallaşması gibi birçok sorun piyasa ekonomisinin dinamikleri ve işleyişiyle ilgili tartışmaları da beraberinde getirmektedir.

İslami finans sisteminin etkin bir şekilde işleminin şüphesiz birçok boyutu bulunmaktadır. Bunlardan biri de İslami finans konusunda toplumun aydınlatılması, kitleler tarafından benimsenmesidir. Bu bağlamda, başta faiz olmak üzere İslami finans sisteminin ilkeleri ve İslami finansal okuryazarlık konusunda toplumun bilinçlendirilmesi kritik önem taşımaktadır. TBMM'de 1965 yılında 633 sayılı Diyanet İşleri Başkanlığının Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanununun 1. maddesinde; "İslam Dininin inançları, ibadet ve ahlâk esasları ile ilgili işleri yürütmek, din konusunda toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek" görevi Diyanet İşleri Başkanlığına verilmiştir. İslam dini, ticaretten siyasete, ahlaktan ibadete kadar hayatın bütünüyle ilişkilidir. Dolayısıyla, ekonomik, ticari, finansal iş ve işlemlerin dini yönden doğru ve sağlıklı bir biçimde ele alınması görevinin Diyanet İşleri Başkanlığı'nın görevleri arasında olduğunu varsaymak yanlış bir çıkarım olmayacaktır. Bu bağlamda, toplumun İslami finans sistemi konusunda doğru bir biçimde aydınlatılmasında diyanet personeli işlevseldir. Ancak, toplumun doğru bilgilendirilmesi için diyanet personelinin ticari hayatta faiz kavramını ve İslami finansı nasıl

algıladıklarının tespit edilmesi büyük önem taşımaktadır. Zira, diyanet personelinin halkın nezdinde dini konularda muteber bir konumu vardır. Ayrıca, toplumla iç içe olan diyanet personeli toplumun büyük kesimine hitap etme imkânına sahiptir. Bu çalışmada, söz konusu gerekçelerle diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algılarının ne olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

İslami finans alanında yapılan çalışmalar genellikle bu sistemin bir kurumu olan İslami bankacılık, diğer bir ifadeyle katılım bankacılığı ile ilgili çalışmalardır. Diyanet personelinin doğrudan İslami finans algısına yönelik araştırmaların oldukça sınırlı olması nedeniyle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla beraber bu çalışmanın, İslami finans sisteminin gelişmesi için yoğun çaba içinde olan kurum ve kuruluşların diyanet personelinin bilgilendirilmesi amacıyla yapacakları faaliyetlerin yürütülmesine de katkı sağlaması ümit edilmektedir. Bu doğrultuda, diyanet personeline yönelik bir anket hazırlanarak Gaziantep İl'inde görev yapan diyanet personeline uygulanmıştır. Ankette yer alan önermeler faktör analizi yapılarak bilgi ve inanç olmak üzere iki boyut altında toplanmıştır. Bu boyutların ankette yer alan demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. Ayrıca anketteki her bir önermenin tanımlayıcı istatistik analizleri yapıp yorumlanmıştır.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

İslami finansa yönelik bilgi ve algı düzeyini ölçen çalışmalara ilişkin literatür incelendiğinde üniversite öğrencilerinin, akademisyenlerin ve bireysel müşterilerin İslami finans ve katılım bankacılığı algısına yönelik çalışmaların görece fazla olduğu görülmektedir. Ancak, buldukları konum itibarıyla İslami yönden toplumun aydınlatılmasında merkezi rolleri olan diyanet personelinin İslami finans algısını tespit etmeye yönelik çalışmalar son derece sınırlıdır. Ulaşabildiğimiz kadarıyla Türkiye'de söz konusu hedef kitleye yönelik çok az sayıda çalışma katılım bankacılığı algısı ve faiz hassasiyetine yönelik çalışmalardan ibarettir. Aşağıda, dünyada ve Türkiye'de konuyla benzer nitelikte olan çalışmalar özetlenmiştir.

Bley ve Kuehn (2004) Birleşik Arap Emirlikleri'nde işletme ve yönetim bölümü lisans ve lisansüstü öğrencilerinin konvansiyonel ve İslami bankacılıkla ilgili finansal kavramlar ve terimler hakkındaki bilgi düzeyleri, din ve dilin buna etkisini ve diğer bireysel değişkenlerin finansal hizmetler tercihi ile ilişkisini araştırmayı amaçlamıştır. Elde edilen bulgular neticesinde konvansiyonel bankacılık terimlerinin İslami bankacılık terimlerine göre daha yüksek düzeyde bilindiği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber Arapça dilinin İslami bankacılık bilgi düzeyini olumlu yönde etkilediği geleneksel bankacılık bilgi düzeyini ise olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin eğitim seviyeleri yükseldikçe finansal bilgi düzeylerinin de arttığı ve İslami bankacılık tercihinde esas faktörün bilgi değil din olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Loo (2010), çalışmasında Malezya'daki Müslümanlar ve gayrimüslimler arasında İslami bankacılığa yönelik tutum ve algı farklılıklarını araştırmayı amaçlamıştır. Bunun üzerine her biri eşit sayıda olan Baby Boomers (1946-1964 arası doğan) ve X kuşağına (1965-1980 arası doğan) sahip 100 Müslüman ve

100 gayrimüslim olmak üzere toplam 200 Malezyalı ile görüşme gerçekleştirmiştir. Elde edilen sonuçlar şu şekildedir: Müslümanlar İslami bankacılığı desteklemede gayrimüslimler ise İslami bankacılığın Müslümanlar ile ilgili olduğunu düşünmektedir. X kuşağı, Baby Boomers'e göre İslami bankacılık hakkında daha olumlu bir algıya sahiptir ve Müslümanların İslami bankacılığı desteklemelerinde dini inançları etkilidir.

Hanif (2011), çalışmasında İslami bankacılık ile konvansiyonel bankacılık arasındaki benzerlik ve farklılıkları inceleyerek algısal sorunları değerlendirmeyi amaçlamıştır. İslami bankaların İslam kurallarına uygun hareket ettiği ve bununla birlikte insanların gereksinim duydukları çok hizmetleri başarılı bir şekilde yerine getirdiği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, İslam bankalarının geleneksel bankacılık ile tamamen aynı olduğu algısının doğru olmadığı bilakis aralarında büyük ölçüde farklılık olduğu belirlenmiştir.

Noonari vd. (2015), çalışmalarında üniversite öğrencilerinin İslami bankacılık algısı ve bilgisi arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamışlardır. Veriler Pakistan'da iki kamu ve bir özel üniversitede eğitim gören lisansüstü öğrencilerinin anket çalışmasına katılımlarıyla toplanmıştır. Demografik özellikler ve İslami bankacılık bilgi ve algısı arasındaki ilişkiyi ölçmek için regresyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçları, yaş, gelir düzeyi ve çalışma alanının İslami bankacılık bilgi ve algı seviyelerini pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin İslami bankacılık hakkında yüksek bir algıya sahip olmalarına rağmen bilgilerinin zayıf olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Ürün ve hizmetlerin Arapça terimler ile ifade edilmesinin öğrencilerin anlayışlarını olumsuz yönde etkilediği de elde edilen bulgular arasındadır.

Mosvood ve Choudary (2015), Chennai'deki üç özel üniversitenin öğrencilerinin İslami bankacılık farkındalık düzeyleri ve kültürler arası patronaj faktörlerini incelemeyi amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların çoğunluğunun Müslüman olmamasına rağmen İslami bankacılığa olumlu baktıkları ve İslami bankacılığın geleceğini parlak gördükleri belirlenmiştir. Bunun sebebinin ise dindarlık olgusundan değil İslami bankaların global başarısından kaynaklandığı görülmüştür. Ayrıca t-testi ve Anova testi sonucunda Hindistan dışındaki milletlerin İslami bankacılığa yüksek düzeyde motivasyon sergiledikleri bulgusu elde edilmiştir.

Toraman vd. (2015), tarafından yapılan çalışmada Gaziantep İl'inde mevcut ve potansiyel banka müşterilerinin İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik algısını ölçmek amaçlanmış ve 539 kişinin katıldığı bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde İslami bankacılık sisteminin geleneksel bankacılık sistemine alternatif olarak görüldüğü ancak müşteriler tarafından yeterince bilinmediği saptanmıştır. Bu bağlamda İslami bankacılık sisteminin yeterince bilinmemesinin tercih edilmemesine neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Siti vd. (2016), Malezya Utara Üniversitesi'nde lisans eğitimi alan 200 öğrencinin İslami finansal okuryazarlık seviyesini ölçmeyi ve İslami finansal okuryazarlık düzeyine etki ettiği düşünülen psikolojik ve demografik faktörleri tespit etmeyi amaçlamışlardır. Yapılan analizler neticesinde dindarlığın en

yüksek varyansı sergilediği ve bunu çaresizlik ve mali tatmin değişkenlerinin takip ettiği sonucuna ulaşmıştır.

Kızıltepe ve Yardımcıoğlu (2017), Sakarya ilinde görev yapan diyanet personelinin faiz konusundaki hassasiyet ve davranışlarına yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Anket yönteminin kullanıldığı çalışmadan elde edilen bulgulara göre çalışmaya katılan diyanet personelinin üçte birinin hiç faiz hassasiyetinin olmadığı üçte birinin ise kararsız olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların sadece üçte birinin faiz hassasiyetine sahip oldukları bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca katılımcıların İslami finans ve faiz ile ilgili birçok konuda kararsız olma oranlarının beklenenden çok fazla olduğu görülmüştür.

Türkan ve Arpacık (2017), Bingöl'de görev yapan diyanet personelinin katılım bankacılığına ilişkin algısını tespit etmek amacıyla anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda katılım bankalarının yapmış oldukları işlemlerin İslami kurallara uymadığı ancak ihtiyaç halinde katılım bankalarının tercih edilebileceği bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca katılım bankacılığının din görevlileri tarafından yeterince bilinmediği ve İslami finans algılarının zayıf olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bekereci vd. (2018) çalışmalarında Abdul Rahim vd. (2016) tarafından geliştirilen ölçeği Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi öğrencilerine uygulayarak İslami finansal okuryazarlık düzeyi ve bu düzeye etki edebilecek psikolojik faktörlerin üniversite öğrencileri üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Çalışmanın amacı doğrultusunda yapılan analizler neticesinde psikolojik faktörlerin (çaresizlik, dindarlık ve mali tatmin) İslami finans okuryazarlık düzeyine etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Durmuş ve Yardımcıoğlu (2018), Sakarya Üniversitesi'nde eğitim gören İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık ve İslami finansal okuryazarlık seviyelerini tespit etmeyi amaçlayan bir çalışma yapmışlardır. 269 öğrencinin katıldığı bu çalışmada İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin İslami finans okuryazarlık düzeylerinin oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmalara benzer nitelikte sayılabilecek bir çalışma da Yanık ve Sümer'in (2019), Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğretim üyelerine yönelik yaptıkları çalışmadır. Bu çalışmada katılım bankacılığı sisteminin geleneksel bankacılık sistemine benzer nitelikte olup olmadığı ve aynı zamanda kâr payı üzerinden yapılan işlemlerin İslami hukuk esaslarına uygunluğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çoğunluğun kararsızım yanıtını verdiği bu çalışmada katılımcılar, katılım bankacılığının geleneksel bankacılıktan farklı olup olmadığını ve sistemin tasarlanması, işleyişi ve gelişimi konusunda İslami esaslara uyulup uyulmadığını net olarak ifade edemediği ve bu hususlarda kararsız kaldıkları görülmüştür.

Yıldız (2020), yaptığı çalışmada bireylerin İslami finansal okuryazarlık düzeyi ile katılım bankacılığı tercihleri arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek amacıyla 18 yaş ve üzeri bireylere anket uygulamış ve toplamda 479 adet anketi analize tabi tutmuştur. Yıldız, bireylerin İslami finansal okuryazarlık düzeyini temel finans ve ekonomi, katılım bankacılığı, İslami finans prensipleri ve İslami

finans ürünleri bilgi düzeyi olmak üzere dört boyutta incelemiştir. Bu boyutlardan herhangi birinin artmasının diğer boyutları da arttırdığı ve sadece katılım bankalarını tercih edenlerin diğer bankaları da tercih edenlere göre İslami finans bilgi düzeyinin daha yüksek olduğu sonucunu elde etmiştir.

Doğan (2020), Türkiye'deki İslami finans okuryazarlık düzeyini üniversite öğrencileri üzerinden inceleyerek, finansal okuryazarlık düzeyi ile ilişkisini ve İslami finansın yaygınlaşmasına katkısını analiz etmeyi amaçlayan bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi'nde okuyan öğrencilere anket uygulamış ve elde edilen verileri analize tabi tutmuştur. Elde edilen bulgular neticesinde katılımcıların İslami finans okuryazarlık düzeyinin oldukça düşük olduğu; hatta pek çoğunun İslami finans farkındalığına sahip olmadığı görülmüştür. Ayrıca finansal okuryazarlık düzeyindeki artış ile birlikte İslami finansal okuryazarlık düzeyinin anlamlı olarak arttığı tespit edilmiştir. İslami finans okuryazarlık düzeyinin artmasında İslam Ekonomisi ve Finans bölümünde eğitim görmenin önemli ölçüde etkisinin olduğu ancak İslami İlimler bölümünde okumanın anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Son olarak İslami finans okuryazarlık düzeyinin artışının İslami finans sisteminin yayılmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmada, Diyanet İşleri Başkanlığı'na bağlı diyanet personelinin İslami finansa ilişkin literatürde tartışılan konulara yönelik algısını belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda, söz konusu algı düzeyini ölçmeyi amaçlayan araştırmanın ana kütesini Gaziantep il ve ilçe müftülüklerinde görev yapan diyanet personeli oluşturmaktadır. Anket metodunun kullanıldığı çalışmada yer alan önermeler, Kızıltepe ve Yardımcıoğlu (2017) Yanık ve Sümer (2019), Türkan ve Arpacık (2017) tarafından yapılan çalışmalardan, bireysel müşterilerin katılım bankacılığı algıları üzerine yapılmış farklı araştırmalardan ve literatürde tartışılan konulardan oluşturulmuş, anket soruları hedef kitleye uygun bir şekilde tasnif edilip düzenlenmiştir. Bu bağlamda, anket sorularının hedef kitleye uygun olup olmadığı ve soruların anlaşılıp anlaşılmadığı hakkında Gaziantep il müftülüğünde görev yapan bir müftü yardımcısı ve birde vaiz olmak üzere iki kişi ile sorular tek tek değerlendirilmiş, gerekli görülen değişiklikler yapılmıştır. Son şeklini alan anket soruları dijital ortamda hazırlanıp diyanet personeline ulaştırılmıştır. Toplamda 314 adet katılımcı, ankette yer alan soruları cevaplandırmış ve bu anketlerden 23 tanesi çeşitli nedenlerden dolayı çalışmaya dahil edilmemiş, çalışma geriye kalan 291 anket ile sürdürülmüştür.

Diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algılarını tespit etmeye yönelik hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde diyanet personelinin kişisel ve demografik özelliklerini ölçmeye yönelik 5 soru yer alırken, ikinci bölümde diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algılarını belirlemeye yönelik 8 soru bulunmaktadır. Anket formunda yer alan sorularda 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçek puanlamasında Kesinlikle Katılmıyorum:1, Katılmıyorum:2, Karasızım:3, Katılıyorum:4, Kesinlikle Katılıyorum:5 puan olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada değerlendirmeye tabi tutulan 291 adet ankettan elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analize tabi tutulmuş, bu doğrultuda öncelikle soruların güvenilirliği test edilmiştir. Daha

sonra ankette yer alan sorular arasındaki ilişkilerden faydalanıp anlamlı boyutlar oluşturmak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri ve İslami finans algısına ilişkin sorulara verdikleri yanıtlar için frekans analizleri gerçekleştirilmiş ve demografik özellikleri ile İslami finans algısı arasındaki ilişkilere yönelik oluşturulan hipotezler ise t - testi ve ANOVA analizi yapılarak incelenmiştir.

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmaya katılan diyanet personelinin İslami finans algı düzeyi; cinsiyet, eğitim durumu, yaş, diyanetteki vazifesi ve vazife süresi açısından değerlendirilmek istenmiş ve aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

- H1: "İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Cinsiyetine Göre Farklılaşmaktadır."
- H2: "İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşmaktadır."
- H3: "İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılaşmaktadır."
- H4: "İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Diyanetteki Vazifelerine Göre Farklılaşmaktadır."
- H5: "İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Diyanetteki Vazife Sürelerine Göre Farklılaşmaktadır." şeklindedir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMU

4.1. Güvenilirlik Analizi

Ankette yer alan önermelerin birbiri arasındaki tutarlılığı ifade eden güvenilirlik her ölçüm için gereklidir (Kalaycı, 2008:403). Bu çalışmada, anketi oluşturan önermelerin homojen bir yapı gösterip göstermediğini diğer bir ifadeyle birbiri arasındaki tutarlılığı test etmek için Cronbach's Alpha modeli kullanılacaktır.

Ölçekteki soruların toplamdaki güvenilirlik seviyesini gösteren Cronbach's Alpha değerinin 0,70 olduğu durumlarda ölçek güvenilir kabul edilir. Ancak güvenilirlik alt sınırı, soru sayısı az olduğu durumlarda 0,60 olarak kabul edilir (Sipahi vd., 2010:89). Alpha katsayısına bağlı olarak ölçek ifadeleri şu şekilde aralıklandırılır (Kalaycı, 2008:405):

- $\leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir ve
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Araştırmanın gerçekleştirilmesi amacıyla kullanılan anket formundaki önermelerin güvenilirliğinin ölçülmesinde Cronbach's Alpha testi uygulanmış ve elde edilen sonuçlar tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. İslami Finans Algı Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	ÖNERMELER	Cronbach's Alpha	
İNANÇ BOYUTU	1.Finansal ya da ticari işlemlerimde faize bulaşıp bulaşmadığım konusu benim için önemlidir.	,709	,747
	2.İslami finans için İslami toplumsal düzenin şart olduğunu düşünüyorum.	,670	
	3.İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyi gereklidir.	,653	
	4.Faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde İslami finansı uygulanabilir bulmuyorum.	,776	
	5.Az da olsa faiz almanın ya da vermenin İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğunu düşünüyorum.	,693	
BİLGİ BOYUTU	6.İslam'da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olduğunu düşünüyorum.	,614	,744
	7.İslam'da yasak olanın piyasa faizi değil, tefeci faizi (yüksek oranlı faiz) olduğunu düşünüyorum.	,584	
	8.Bankaların kredi faiz oranı enflasyon oranından daha düşükse kredi almanın İslam'a aykırı olmadığını düşünüyorum.	,766	

Tablo 1'de diyanet personelinin İslami finans algısına ilişkin bilgi ve inanç boyutu önermelerinin güvenilirlik analizi sonuçları görülmektedir. Buna göre inanç boyutunun Alpha katsayısı 0,747; bilgi boyutunun Alpha değeri 0,744; ölçeğe ait 8 önermenin ise genel güvenilirlik katsayısı ise 0,679 olarak saptanmıştır. Güvenilirlik analizlerinden elde edilen bulgular, Cronbach's Alpha değerleri kapsamında değerlendirildiğinde belirlenen boyutların "oldukça güvenilir" sayılabilecek değerleri ortaya koyduğu görülmektedir. Ayrıca, elde edilen sonuçlar doğrultusunda diyanet personelinin anketleri güvenilir şekilde doldurdukları ifade edilebilir.

4.2. Faktör Analizi

Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilerden faydalanıp birbiriyle ilişkili olanları gruplandırarak değişken sayısını daha az ve daha anlamlı bir hale getirmeye yarayan çok değişkenli bir analiz tekniğidir (Kalaycı, 2008:321). Faktör analizi, ölçekte yer alan soruların katılımcılar tarafından kaç değişik boyutta algılandığını tespit edip değişken sayısını azaltmak için kullanılır (Sipahi vd., 2010:73). Bu bağlamda araştırma modelinde, diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algılarını tespit eden değişkenler arasında ilişki olup olmadığını anlaşılması ve ölçeklerin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testleri yapılmıştır. Zira, elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testiyle açıklanabilmektedir (Çokluk vd., 2012; Büyüköztürk, 2010; Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008:89). Bartlett testi, değişkenler arasındaki ilişkinin varlığının belirlenmesi amacıyla kullanılır. Örneklemin analiz için yeterlilik durumunu açıklamaktadır. P değeri <0,05 ise ölçeği oluşturan değişkenler faktör analizi için uygundur (İslamoğlu, 2009:229-234). KMO ise, veri setinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkinin faktör analizine uygun olup olmadığını test eder. 0 ile 1

arasında değişen KMO oranının kabul edilebilir en alt sınırı olan 0,50'nin üzerinde olması gerekir (Field, 2000; Sipahi vd., 2010:80).

Tablo 2. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

KMO Bartlett's test	DEĞER
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği testi	0,743
Bartlett küresellik testi (Bartlett's test of Sphericity) Yaklaşık ki-kare	691,026
Serbestlik Derecesi (sd)	28
Anlamlık Düzeyi (Sig)	0,000

Tablo 2'de görüldüğü üzere KMO ve Bartlett testi sonuçları verilmiştir. Bu bağlamda yapılan Bartlett testi sonucunda ($P=0,000<0,05$) değişkenler arasında ilişki olduğu kabul edilmiştir. Ayrıca yapılan analiz sonucunda KMO değeri 0,743 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0,70 ile 0,80 arasında olduğundan iyi bir uyumu ifade eder (Sipahi vd., 2010:80). Hesaplama sonucunda çıkan bu KMO değeri neticesinde değişkenlerin faktör analizi için yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. İslami Finans Algı Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

ÖNERMELER	BİLEŞENLER	
	İnanç Boyutu	Bilgi Boyutu
Finansal ya da ticari işlemlerimde faize bulaşım bulaşmadığım konusu benim için önemlidir.	0,637	
İslami finans için İslami toplumsal düzenin şart olduğunu düşünüyorum.	0,756	
İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyi gereklidir.	0,723	
Faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde İslami finansı uygulanabilir bulmuyorum.	0,504	
Az da olsa faiz almanın ya da vermenin İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğunu düşünüyorum.	0,702	
İslam'da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olduğunu düşünüyorum.		0,750
İslam'da yasak olanın piyasa faizi değil, tefeci faizi (yüksek oranlı faiz) olduğunu düşünüyorum.		0,778
Bankaların kredi faiz oranı enflasyon oranından daha düşükse kredi almanın İslam'a aykırı olmadığını düşünüyorum.		0,687
Öz Değer	2,642	33,024
Varyans Yüzdesi	2,226	60,855

Tablo 3'te görüldüğü üzere diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algı önermelerinin varyans yüzdesinin %60,855'ini açıkladığı gözlemlenmektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda 8 önermenin iki boyut altında toplandığı tespit edilmiştir. Bu önermelerden 5 tanesi inanç boyutuna, 3 tanesi ise bilgi boyutuna ait olmak üzere gruplandırılmıştır. Her sorunun faktör yükü Tablo 3'te belirtilmiştir.

Ankette yer alan “İslam alimleri arasında, günümüzde İslami finansın uygulanabilir olacağı hakkında görüş birliği olduğunu düşünüyorum” (9. Soru) ve “İslami finanstaki yeni ürün ve hizmetlerin İslam’a uygunluğunun yeterince denetlendiğini düşünüyorum” (10. Soru) soruları katılımcılar tarafından farklı algılanmış ve anlamlı boyutlar sağlanamadığı için analizden çıkarılmıştır.

4.3. Frekans Analizleri

4.3.1. Demografik Verilere İlişkin Tanımlayıcı Analizler

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan diyanet personelinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, diyanetteki vazifesi ve diyanetteki vazife süresi durumları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu sonuçlara, elde edilen verilerin SPSS 25 programında frekans analiz yönteminin kullanılmasıyla ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 4. Araştırmaya Katılanların Demografik Yapısı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	39	13,4	13,4
Erkek	252	86,6	100,0
Toplam	291	100,0	
Yaş	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
20 ve Altı	-	-	
21-30	80	27,5	27,5
31-40	120	41,2	68,7
41-50	71	24,4	93,1
51-60	20	6,9	100,0
61 ve Üzeri	-	-	
Toplam	291	100,0	
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Lise	24	8,2	8,2
Ön Lisans	137	47,1	55,3
Lisans	108	37,1	92,4
Lisans Üstü	22	7,6	100,0
Diğer	-	-	
Toplam	291	100,0	
Diyanetteki Vazife	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Müftü	-	-	
Müftü Yardımcısı	2	0,7	0,7
İmam- Hatip	157	54,0	54,6
Murakıp	6	2,1	56,7
Vaiz	15	5,2	61,9
Kur'an Kursu Öğreticisi	49	16,8	78,7
Müezzin- Kayyım	46	15,8	94,5
Diğer	16	5,5	100,0
Toplam	291	100,0	
Diyanetteki Vazife Süresi	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
0-1 Yıl	6	2,1	2,1

2-5 Yıl	45	15,5	17,5
6-10 Yıl	110	37,8	55,3
11-15 Yıl	59	20,3	75,6
16-20 Yıl	34	11,7	87,3
21 Yıl ve Üzeri	37	12,7	100,0
Toplam	291	100,0	

Tablo 4'te görüldüğü üzere katılımcıların çoğunluğu erkeklerden ve imam hatip olarak görev yapan personelden oluşmaktadır. Diyanette müftü olarak görev yapan personelden katılan kimse olmamıştır. Bununla beraber araştırmaya katılan diyanet personelinin eğitim düzeyinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

4.3.2. İslami Finans Algı Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde araştırmaya katılan diyanet personelinin ankette yer alan İslami finans algısına ilişkin sorulara verdikleri cevapların tanımlayıcı istatistikleri yapılmış ve her bir soruya verilen cevapların ortalaması ve standart sapması hesaplanıp Tablo 5'te gösterilmiştir. Elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Tablo 5. Diyanet Personelinin Önermelere Verdikleri Cevapların Frekans ve Yüzde Dağılımları

ÖNERMELER	Kesinlikle Katılmıyorum (1)		Katılmıyorum (2)		Kararsızım (3)		Katılıyorum (4)		Kesinlikle Katılıyorum (5)		Ort.	S. Sapma
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
1. Finansal ya da ticari işlemlerimde faize bulaşıp bulaşmadığım konusu benim için önemlidir.	8	2,7	6	2,1	6	2,1	53	18,2	218	74,9	4,60	,85
2. İslami finans için İslami toplumsal düzenin şart olduğunu düşünüyorum.	28	9,6	44	15,1	25	8,6	57	19,6	137	47,1	3,79	1,41
3. İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyi gereklidir.	9	3,1	39	13,4	21	7,2	96	33,0	126	43,3	4,00	1,15
4. Faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde İslami finansı uygulanabilir bulmuyorum.	79	27,1	77	26,5	39	13,4	50	17,2	46	15,8	2,68	1,43
5. Az da olsa faiz almanın ya da vermenin İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğunu düşünüyorum.	20	6,9	12	4,1	4	1,4	48	16,5	207	71,1	4,40	1,16
6. İslam'da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olduğunu düşünüyorum.	165	56,7	70	24,1	28	9,6	20	6,9	8	2,7	1,74	1,06
7. İslam'da yasak olanın piyasa faizi değil, tefeci faizi (yüksek oranlı faiz) olduğunu düşünüyorum.	191	65,6	50	17,2	18	6,2	20	6,9	12	4,1	1,66	1,12

8. Bankaların kredi faiz oranı enflasyon oranından daha düşükse kredi almanın İslam'a aykırı olmadığını düşünüyorum.	167	57,4	59	20,3	41	14,1	12	4,1	12	4,1	1,77	1,09
--	-----	------	----	------	----	------	----	-----	----	-----	------	------

Tablo 5'te görüldüğü üzere anket formunda 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) Katılımcıların vermiş oldukları cevapların standart sapmaları ve ortalamalar sonucu tablo 9'da gösterilmiştir. Elde edilen bulgular şu şekildedir:

- “Finansal ya da ticari işlemlerimde faize bulaşıp bulaşmadığım konusu benim için önemlidir” ifadesine katılımcıların %74,9'u (218 kişi) “kesinlikle katılıyorum”, %18,2'si (53 kişi) ise “katılıyorum” şeklinde yanıt vermiş dolayısıyla bu ifadeye oldukça yüksek oranda katılım gösterdikleri görülmüştür (=4,60). Bu durumda diyanet personelinin mesleki ve eğitim altyapılarına uygun biçimde finansal ve ticari işlemlerinde büyük ölçüde faiz hassasiyetine sahip olduğu söylenebilir.
- “İslami finans için İslami toplumsal düzenin şart olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %47,1'i (137 kişi) “kesinlikle katılıyorum”, %19,6'sı (57 kişi) ise “katılıyorum” şeklinde yanıt vererek, yine bu önermeye büyük oranda katılım sağladıkları görülmüştür (=3,79). Bu bağlamda diyanet personeli İslami finansın uygulanabilirliği için İslami toplumsal düzeni şart olarak görmekte-dirler.
- “İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyi gereklidir” ifadesini katılımcılar %43,3 oranında (126 kişi) “kesinlikle katılıyorum”, %33 oranında (96 kişi) “katılıyorum” şeklinde yanıtlamışlardır (=4,00). Buradan hareketle, diyanet personelinin İslami finansın uygulanabilmesi için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyine sahip olmaları gerektiği düşüncesinde oldukları söylenebilir.
- “Faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde İslami finansı uygulanabilir bulmuyorum” ifadesine katılımcıların %27,1'i (79 kişi) “kesinlikle katılmıyorum”, %26,5'i (77 kişi) ise “katılmıyorum” şeklinde yanıt vererek bu önermeye katılmadıkları görülmüştür (=2,68). Bu durumda araştırmaya katılan diyanet personelinin yarısından fazlasının faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde de İslami finansın uygulanabilirliği yönünde bir kanaate sahip oldukları çıkarımı yapılabilir.
- “Az da olsa faiz almanın ya da vermenin İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %71,1'i (207 kişi) “kesinlikle katılıyorum”, %16,5'i (48 kişi) ise “katılıyorum” şeklinde yanıt vererek bu önermeye oldukça büyük oranda katıldıkları görülmüştür (=4,40). Bu sonuçlardan hareketle diyanet personeli, az da olsa faiz almanın ya da vermenin dolayısıyla faizle ilgili işlemlere ucundan dahi bulaşmanın İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğu kanaatinde-dirler.
- “İslam'da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların 56,7'si (165 kişi) “kesinlikle katılmıyorum”, %24,1'i (70 kişi) ise “katılmıyorum” şeklinde yanıt vererek bu önermeye büyük oranda katılmadıkları görülmüştür (=1,74). Bu durumda diyanet personelinin İslam'da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olmayıp içerisinde faizin olduğu her türlü işlemlerin yasak olduğu düşüncesine sahip oldukları çıkarımı yapılabilir.
- “İslam'da yasak olanın piyasa faizi değil, tefeci faizi (yüksek oranlı faiz) olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %65,6'sı (191 kişi) “kesinlikle katılmıyorum”, %17,2'si (50 kişi) ise “katılmıyorum” şeklinde yanıt vererek büyük oranda katılmadıkları görülmüştür (=1,66). Bu

durumda diyanet personelinin İslam dininde faizin her türünün yasaklandığı görüşünü benimsedikleri söylenebilir.

- “Bankaların kredi faiz oranı enflasyon oranından daha düşükse kredi almanın İslam’a aykırı olmadığını düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %57,4’ü (167 kişi) “kesinlikle katılmıyorum”, %20,3’ü (59 kişi) ise “katılmıyorum” şeklinde yanıt vererek, bu ifadeye büyük oranda katılmadıkları görülmüştür (=1,77). Diyanet personeli, kredi faiz oranının enflasyon oranından düşük olmasının faizi meşrulaştırmayacağı görüşündedirler.

4.4. Araştırmanın Ortalamalar Arası Fark Testi (T Testi Analizi)

Gerçekleştirilen güvenilirlik, faktör ve frekans sınamalarından sonra çalışmanın temel amacını oluşturan hipotezler, =0,05 anlamlılık düzeyine göre test edilecektir. Cinsiyet ile İslami finans algı boyutları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için “Bağımsız Örneklem T-Testi” analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın analizi için oluşturulan H1: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Cinsiyetine Göre Farklılaşmaktadır” hipotezine ilişkin elde edilen bulgular tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Cinsiyet ile İslami Finans Algı Boyutları İlişkisi

Değişkenler	Gruplar	N	X	T-Testi	P
Bilgi Boyutu	Kadın	39	1,8974	1,267	,206
	Erkek	252	1,7037		
İnanç Boyutu	Kadın	39	3,7077	-1,484	,139
	Erkek	252	3,9270		

Tablo 6’da yer alan sonuçlara göre cinsiyet değişkeni açısından, katılımcıların hem bilgi hem de inanç boyutunu oluşturan önermelere verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Yani, diyanette görev yapan kadın ve erkekler ankette yer alan, bilgi ve inanç boyutlarını oluşturan sorulara benzer nitelikte yanıtlar vermişlerdir. Bu bağlamda “İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamaları, cinsiyete göre farklılaşmaktadır” hipotezi her iki boyut değişkeni açısından da reddedilmektedir.

4.5. Araştırmanın Ortalamalar Arası Fark Testi (ANOVA Testi)

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan diyanet personelinin eğitim durumu, yaş, diyanetteki vazife ve diyanetteki vazife süresi ile İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamaları arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Bu bağlamda geliştirilen hipotezler şunlardır:

- H2: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşmaktadır.”
- H3: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılaşmaktadır.”

- H4: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Diyanetteki Vazifelerine Göre Farklılaşmaktadır.”
- H5: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Diyanetteki Vazife Sürelerine Göre Farklılaşmaktadır.

Bu ilişkiler, SPSS 25 programı ile ve One-Way ANOVA testi yardımıyla analiz edilmiş ve elde edilen bulgular tablo 11’de belirtilmiş ve sırayla özetlenmiştir.

Tablo 7. Eğitim Durumu, Yaş, Diyanetteki Vazife ve Diyanetteki Vazife Süresi İle İslami Finans Algı Boyutları İlişkisi

DEĞİŞKENLER		BOYUTLAR	
		Bilgi Boyutu	İnanç Boyutu
Eğitim Durumu	F	1,334	3,680
	P	0,263	0,013
Yaş	F	3,133	5,578
	P	0,026	0,001
Diyanetteki Vazife	F	2,955	2,045
	P	0,008	0,060
Diyanetteki Vazife Süresi	F	2,012	8,229
	P	0,077	0,000

- Tablo 7’deki One-Way ANOVA testi sonuçlarına göre araştırmaya katılan diyanet personelinin eğitim durumları ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Bu durumda H2 hipotezi bilgi boyutu açısından reddedilmektedir.
- Tablodan elde edilen sonuçlar neticesinde, araştırmaya katılan diyanet personelinin eğitim durumları ile İslami finans algısına ilişkin inanç boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Analiz sonuçları incelendiğinde eğitim durumu lise düzeyinde olan diyanet personelinin inanç boyutunu oluşturan sorulara ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim görmüş olan personele göre farklı cevaplar verdiği ve farklılığın kaynağının bu olduğu anlaşılmıştır. Bu durumda H2 hipotezi inanç boyutu açısından kabul edilmektedir.
- Tablo 11 incelendiğinde araştırmaya katılan diyanet personelinin yaşları ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($p<0,05$). Buna göre yapılan analiz sonuçları incelendiğinde saptanan bu farklılığın 51-60 yaş grubunda olan diyanet personelinin 41-50 yaş grubundaki personele göre, bilgi boyutunu oluşturan sorulara verdikleri farklı cevaplardan kaynaklandığı görülmektedir. Bu durumda H3 hipotezi bilgi boyutu açısından kabul edilmektedir.
- Aynı şekilde Tablo 7’de yer alan sonuçlara göre araştırmaya katılan diyanet personelinin yaşları ile İslami finans algısına ilişkin inanç boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Analiz sonuçları incelendiğinde saptanan bu farklılık 51-60 yaş grubunda olan personelin 21-30 ve 31-40 yaş grubunda olan personele göre, inanç boyutunu

oluşturan sorulara verdikleri farklı cevaplardan kaynaklanmaktadır. Bu durumda H3 hipotezi inanç boyutu açısından da kabul edilmektedir.

- Tablo 7'den elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılan diyanet personelinin diyanetteki vazifesi ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir ($p < 0,05$). Buna göre yapılan analiz sonuçları neticesinde "vaiz" olarak görev yapan personelin bilgi boyutu önermelerine "Kur'an kursu öğreticisi, imam-hatip ve müezzin-kayyim" olarak görev yapan katılımcılara göre farklı cevaplar verdiği tespit edilmiştir. Bu durumda H4 hipotezi bilgi boyutu açısından kabul edilmektedir.
- Tablo 7'deki bulgular neticesinde araştırmaya katılan diyanet personelinin diyanetteki vazifesi ile İslami finans algısına ilişkin inanç boyutu arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı görülmektedir ($p > 0,05$). Katılımcılar inanç boyutunu oluşturan önermelere benzer özellikte cevaplar vermişlerdir. Bu durumda H4 hipotezi inanç boyutu açısından reddedilmektedir.
- Tablo 7'deki bulgulara göre araştırmaya katılan diyanet personelinin diyanetteki vazife süresi ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılık elde edilemediği gözlemlenmektedir ($p > 0,05$). Bu bağlamda H5 hipotezi bilgi boyutu açısından reddedilmektedir.
- Son olarak Tablo 7 incelendiğinde diyanet personelinin diyanetteki vazife süresi ile İslami finans algısına ilişkin inanç boyutu arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir ($p < 0,05$). Analiz sonuçları incelendiğinde inanç boyutunu oluşturan sorulara, 0-1 yıl arasında görev yapan katılımcıların diğer bütün katılımcılara ve 6-10 yıl arasında görev yapan diyanet personelinin ise 21 yıl ve üzeri görev yapan personele göre farklı cevaplar verdiği saptanmıştır. Elde edilen bu bulgular neticesinde H5 hipotezi inanç boyutu açısından kabul edilmektedir.

5. SONUÇ

Kur'an-ı Kerim'de kesin olarak yasaklanan "ribâ" kavramının anlamı İslam hukukçuları tarafından tartışılmış ve halen de tartışılmaktadır (Yanpar, 2014:65). Zira, Kur'an-ı Kerim'de ribâ haram olarak ilan edilmiş fakat tanımlanmamıştır (Khan, 2018:137). İslam hukukçularının üzerinde ittifak ettikleri bir faiz tanımının yapılmaması zihin karışıklığına neden olmaktadır (Bayındır, 2018:53). Ribânın tanımında ticari bankacılık ve finans ilişkisine dair temel iki akım vardır. Yaygın ve etkili olan görüş (geleneksel) faizin her çeşidini ribâ olarak değerlendirmekte ve geleneksel bankacılık sistemini haram kabul etmektedir. Modernist olarak kabul edilen kesimlerden oluşan ikinci akım ise günümüz ticari bankalarının uygulamış oldukları faizleri ribâ olarak görmemektedir (Khan, 2018:141). Her faizi ribâ olarak görmeyen bu akıma göre ribâ terimi, aşırı/fahiş faizi ifade etmektedir (Yanpar, 2014:66). Mısırlı âlim Abdülaziz Çaviş 1908 yılında bir konferansta asıl yasaklanan faizin katlı veresiye faizi olduğu fikrini ortaya koymuştur. İsmail Hakkı İzmirli ve Süleyman Uludağ eserlerinde bu görüşü esas alıp savunmuşlardır. Reşîd Rıza'da Abdülaziz Çaviş'in fikrinin en önemli takipçisi olup haram olan faizin tefeci (yüksek oranlı) faizi olduğunu savunmuştur (Özsoy, 1995:110-126). Modernistlere göre ribâ kavramını 7. yüzyıl Mekke toplumundaki uygulamalara göre tanımlamak gerekmektedir. O dönemde ribâ, fakirlerin zenginlerden tüketim ihtiyaçlarını

karşılmak için aldıkları tüketim kredileridir. Bu borçlardaki faiz fahiş oranlıydı ve uygulanan faiz yöntemi katlı (bileşik) faizdi. Borçlunun düzenli ödemesine rağmen borcu yüksek tutarda birikmeye devam ediyordu. Bu sistem zenginlerin zulmüne fakirlerin ise finansal esaretine sebep olan bir sistemdi. Ancak günümüz bankalarının vermiş oldukları ticari krediler iş amaçlıdır, fahiş oranlı değildir ve bu bankalar hem devlet hem de merkez bankası tarafından denetlendikleri için sömürü aracı olarak kullanılamaz. Bu nedenlerden dolayı ribâ ticari kredi faizi değil tüketim kredi faizidir (Khan, 2018:171). Modernistlerin bu iddiaları hiç şüphesiz ki yanlıştır. Bu iddiaların Kur'an-ı Kerim'deki ilgili prensipler açısından savunulabilir bir tarafı yoktur. İslam gelmeden önce faizin birçok türü mevcuttu ve uygulanıyordu. Uygulanan bu faizli işlemlerin her türlü de İslam dininde yasaklanmıştır. Kur'an-ı Kerim'de sarıh bir şekilde tüketim veya ticaret amaçlı her türlü borca yapılan ilave ribâ sayılmıştır. İnananlardan, anaparalarına bir ek almadan faizi terk etmeleri aksi halde Allah ve Resûl'üne karşı savaş başlatmış olacakları ifade edilmektedir (Ayub, 2017:52). Aşırı faiz oranı görecelidir ve meşruluğu kişiden kişiye değişmektedir. Belli bir faiz oranının fahiş olup olmadığını tanımlamak mümkün değildir. Modernistlerin ortaya koyduğu ribâ tanımı kabul edildiğinde hangi oranın fahiş olup olmadığı bitmek bilmeyen ihtilafa ve tartışmalara neden olur (Khan, 2018:132). 1975 yılında Kahire'de yapılan 2. İslâm Araştırmaları Kongresi'nde ister tüketim kredisi olsun ister üretim kredi olsun her çeşit faizin haram olduğuna ve faizin azı ile çoğu arasında fark olmadığına karar verilmiştir. Sırasıyla 1979, 1983 ve 1985 yıllarında toplanan İslam Bankası Kongre'lerinde de ulema meclisi tarafından faizin şer'an haram olduğu teyit edilmiştir (Özsoy 1995:110-126).

Klasik finans sisteminin enstrümanları bir hukuk sistemine bağlı olmaksızın ekonomik ihtiyaçlar dikkate alınarak tasarlanmıştır. İslami finans sisteminde kullanılan araçların tasarlanması ise İslam hukukuna göre yapılmaktadır. İslam hukuku, İslami finans sisteminde yer alan işlemlerin ve finansal araçların meşruluğuna yönelik verilecek hükümlerin istinat noktası olmasından dolayı İslami finansın temelini oluşturmaktadır. İslam hukuku veya diğer bir ifadeyle fıkıh alanında uzmanlaşmış İslam hukukçuları (fakihler) İslami finans için önemli bir yere sahiptirler (Yanpar, 2014:43-45). Ülkemizdeki Diyanet İşleri Başkanlığı kendi bünyesinde din ve eğitim hizmetlerinde istihdam edeceği personelini imam hatip lisesi, ön lisans ilahiyat ve ilahiyat fakültesi mezunlarından seçmektedir. İslam hukuku, imam hatip liselerinde ve ilahiyat eğitimi veren üniversitelerde eğitim düzeyine göre müfredat olarak okutulmaktadır. Bundan dolayı diyanet personeli İslami finans sisteminin temelinde var olan İslam hukukuna en çok aşına olan kimselerdir. Ayrıca, dini konularda halkın ilk müracaat ettiği kişiler genellikle diyanet personelidir. Türkiye'de İslami finans sisteminin gelişmesinde, ülkenin her tarafına dağılıp hizmet veren diyanet personeli büyük katkı sağlayacaktır. Bu teorik beklentiden dolayı bu çalışmada diyanet personelinin İslami finansla ilişkin algısını belirlemek amaçlanmıştır.

Anket metodunun kullanıldığı çalışmada yer alan 8 önerme faktör analizi sonucunda inanç ve bilgi boyutu olmak üzere iki boyut altında toplanmıştır. Araştırma kapsamında yapılan T-testi sonucunda İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamalarının cinsiyete göre farklılaşmadığı görülmüştür.

Hem kadın hem de erkek katılımcılar ankette yer alan önermeleri benzer nitelikte cevaplandırmışlardır.

Çalışma kapsamında katılımcıların eğitim durumu, yaş, diyanetteki vazife ve diyanetteki vazife süresi ile İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamaları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla One-Way ANOVA testi yapılmıştır. Elde edilen bulgular neticesinde katılımcıların yaşı ve diyanetteki vazifeleri ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür. Ancak katılımcıların eğitim durumu ve diyanetteki vazife süreleri ile bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı saptanmıştır. Ayrıca, İslami finans algısı inanç boyutu ile katılımcıların eğitim durumu, yaşı ve diyanetteki vazife süreleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu fakat diyanetteki vazifesi ile arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan diyanet personelinin ankette yer alan sorulara verdikleri cevapların tanımlayıcı istatistikleri yapılmış ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Diyanet personelinin faiz hassasiyeti eğitim altyapılarının ve mesleklerinin gereği olarak oldukça yüksektir. Diyanet personeli, faiz ile ilgili literatürde tartışılan ve yukarıda bahsedilen yasaklanan faiz oranı, alınan faizli borcun az ya da çok olması, haram kılınan faizin türü ve enflasyon oranından düşük miktarda faiz almanın hükmü gibi konularda gelenekçi İslam hukukçuları ile çoğunlukla aynı görüştedirler. Son olarak bulgular, katılımcıların faiz konusunda oldukça hassas bir tavır sergilediklerini göstermektedir. Ayrıca, ilgili önermelere verdikleri cevaplar katılımcıların İslami finansı mevcut ekonomik düzen içerisinde dahi uygulanabilir bulduklarını göstermektedir. Buna mukabil, sonuçlar İslami finans sisteminin işleyişinin devlet ve toplum düzen çerçevesinde bütünleşik bir yapı içerisinde değerlendirdiklerini de göstermektedir. Kanımızca, çıkan bu iki sonucun birbiriyle çeliştiği düşünülmemelidir. Çünkü toplumda dini motivasyon kuvvetli olduğunda bireyler her türlü finansal işlemlerinde İslami kurallara uygun olan bir sistemden faydalanma eğiliminde olacaktırlar. Bununla beraber, politika yapıcıların ekonomi ile ilgili aldıkları kararlarda ve çıkardıkları yasalarda İslami finans sisteminin işleyişine yönelik attıkları her adım bu sistemin gelişip büyümesini sağlayacaktır. Nitekim, Malezya ve Bahreyn gibi İslami finans sisteminde önemli aktör konumunda olan ülkeler İslami finans sistemlerini ve İslami bankacılık hizmetlerini konvansiyonel sistemle beraber yürütmeyi tercih etmişlerdir. Bu ülkelerde devlet İslami finans sistemini desteklemiş ve bu sisteminin gelişmesine yönelik ciddi adımlar atmıştır. Böylece bu ülkelerin mevcut ekonomik sistemleri İslami finansın işleyişine ve büyümesine engel olmamıştır.

KAYNAKÇA

- Alım, Hasan Basri (2018), **“İslami Finansta Yasaklar ve Temel İslami Akitler”**, KTO Karatay Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ayub, Muhammad (2017), **“İslami Finansı Anlamak”**, (Çev. Suna Akten Çürük ve Raif Parlakkaya), İktisat Yayınları, İstanbul.
- Bley, Jorg and Kuehn, Kermit (2004), **“Conventional Versus Islamic Finance: Student Knowledge and Perception in the United Arab Emirates”**, International Journal of Islamic Financial Services, Volume:5, Issue:4, pp.1-13.
- Bayındır, Servet (Ed.) (2018), **“Faizin Tanımı Meselesi, İslam İktisadı Perspektifinden Faiz”**, İktisat Yayınları, İstanbul.
- Bekereci, Nur Esra-Ayrıçay, Yücel-Kök, Dünder (2018), **İslami Finans Okuryazarlık: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nde Bir Alan Araştırması**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:33, ss.45-60.
- Büyüköztürk, Şener (2010). **“Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı”**, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Çokluk, Ömay-Şekercioğlu, Güçlü-Büyüköztürk, Şener (2012), **“Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları”**, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Doğan, Merve Büşra (2020), **“İslami Finans Okuryazarlığı ve Finansal Tercihlere Etkisi”**, BBDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi, Cilt:14, Sayı:1, ss.69-98.
- Durmuş, Muhammed Emin ve Yardımcıoğlu, Fatih (2018), **“İlahiyat Öğrencileri Ne Kadar İslami Finans Okuryazarı”**, Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt:6, Sayı:1, ss.167-183.
- Erdem, Ekrem, (Ed.) (2018), **“Kur'an'da Ribâ (Faiz) Ayetlerinin Kademeli Nüzulü ve Uslûbu: İslam'ın Ticaret, İnfak ve Finans Sistemi Üzerinden Bir İnceleme, İslam İktisadı Perspektifinden Faiz”**, İktisat Yayınları, İstanbul.
- Field, Andy (2000), **“Discovering Statistics Using SPSS for Windows”**, Thousand Oaks Sage Publications, Souther California.
- Hanif, Muhammed (2011), **“Differences and Similarities in Islamic and Conventional Banking”**, International Journal of Business and Social Sciences, Volume:2, Issue:2, pp.80-105.
- İslamoğlu, Hamdi (2009), **“Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri”**, Beta Basım, İstanbul.
- Khan, Muhammad Akram (2018), **“İslam İktisadının Meseleleri: Güncel Durum ve Geleceğin Analizi”**, (Çev.:Sercan Karadoğan), İktisat Yayınları, İstanbul.
- Kalaycı, Şerif (Ed.) (2008) **“SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri”**, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karagöz, Yalçın ve Kösterelioğlu, İlker (2008) **“İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Metodu ile Geliştirilmesi”**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:21, ss.81-98.

- Kervan, Serkan (2018), "**İslami Finans ve Türkiye'de İslami Finans Araçlarının Tercih Edilmesinde Etkili Olan Faktörler**", Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Kızıltepe, Kadir ve Yardımcıoğlu, Fatih (2017), "**Diyanet Personelinin Faiz Hassasiyeti Üzerine Bir Araştırma**", Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi, Cilt:3, Sayı:2, ss.172-224.
- Loo, Mark (2010), "**Attitudes and Perceptions Towards Islamic Banking Among Muslims and Non-Muslims in Malaysia: Implications for Marketing to Baby Boomers and X-Generation**", International Journal of Arts and Sciences, Volume:3, Issue:13, pp.453-485.
- Maswood, Yaaseen and Choudary, Y. Lokeswara (2015), "**Islamic Banking - A Cross Cultural Patronage Study Among the Students In Chennai**", Asian Social Science, Volume:11, Issue:4, pp.309-318.
- Noonari, Sanaullah- Memon, Irfana Noor- Mangi, Javed Akhter,-Pathan, Maria,-Khajjak, Akbar Khan,-Memon, Zarmina,-Jamali, Riaz, Hhussain Jamali-Pathan, Amber (2015), "**Knowledge and Perception of Students Regarding Islamic Banking: A Case Study of Hyderabad Sindh Pakistan**", Information and Knowledge Management, Volume:5, Issue:7, pp.85-100.
- Okka, Osman (2002), "**Prof. Dr. Abdülaziz Bayındır Tarafından Sunulan 'Faizin Çerçevesi' Tebliğinin Değerlendirilmesi**", Güncel Dini Meseleler İstişare Toplantısı 3, İstanbul.
- Orhan, Zeynep Hafsa (2020), "**40 Soruda Katılım Bankacılığı**", İktisat Yayınları, İstanbul.
- Özsoy, İsmail (1995), "TDV İslam Ansiklopedisi: Faiz Maddesi", Türk Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara.
- Özsoy, M.Şerafettin (2012), "Sağlam Bankacılık Modeli İle Katılım Bankacılığına Giriş, Bilnet Matbacılık, İstanbul.
- Sipahi, Beril-Yurtkoru, E.Serra-Çinko, Murat (2010). "Sosyal Bilimlerde SPPS'le Veri Analizi" Beta Basım, İstanbul.
- Siti Hafızah, Abdul Rahim-Rosemaliza, Abdul Rashid-Hamed, Abu Bakar (2016), "**Islamic Financial Literacy and Its Determinants Among University Students: An Exploratory Factor Analysis**", International Journal Of Economics and Financial Issues, Volume:6, Issue:7, pp.32-35.
- Thomas, Abdulkader (Ed.) (2017), "**Ribâ Nedir? Ribâyı Anlamak: İslam İktisadında Faiz**", (Çev.: Zeynep Hafsa Orhan), İktisat Yayınları, İstanbul.
- Toraman, Cengiz-Ata, H.Ali-Buğan, M.Fatih (2015), "**İslami Bankacılık Faaliyetlerine Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma**", Gaziantep University Journal Of Social Sciences, Cilt:14, Sayı:4, ss.761-779.
- Türkan, Yavuz ve Arpacık, Mustafa (2017) "**Din Görevlilerinin Katılım Bankacılığına Bakış Açısı: Bingöl İl'inde Bir Uygulama**", Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:7, Sayı:14, ss.233-245.
- Yanık, Ramazan ve Sümer, Serpil (2019), "**Akademisyenlerin İslami Bankacılık Algısı**", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:23, Sayı:3, ss.1177-1190.

- Yanpar, Atila (2014), "İslami Finans, İlkeler, Araçlar ve Kurumlar", Scala Yayıncılık, İstanbul.
- Yıldız, Melek (2020), "**Bireylerin İslami Finans Okuryazarlık Düzeyi ve Katılım Bankası Tercih: Türkiye Değerlendirmesi**", Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:5, Sayı:4, ss.730-744.

TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİNİN ONLINE SİMÜLASYONLU ÜRÜN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİNİN BELİRLENMESİNE DAİR BİR ARAŞTIRMA

Gürkan ULUSOY

Doktora Öğrencisi, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü,
ORCID: 0000-0002-7516-9076

Funda CİVEK

Doktora Öğrencisi, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü,
ORCID: 0000-0002-8300-6402

Leyla BEZGİN EDİŞ

Doktora Öğrencisi, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü,
ORCID: 0000-0002-5667-9791

Öz

İnternetin her alanda kullanılması ve günümüz teknolojilerine uygulanabilir hale gelmesi ile birlikte, yenilik kavramı farklı bir boyut kazanmıştır. E-ticaret internetin kullanımımıza sunduğu en büyük yeniliklerden bir tanesidir. Günümüz pazarlamaşı tüketici istek ve beklentilerini karşılarken deneyimleme unsuru olarak simülasyon uygulamalarını kullanmaktadır. Bu uygulamaların tüketici tarafından benimsenmesi ve tercih edilmesi ise yeniliğe açıklığı ifade eden tüketici yenilikçiliği kavramı ile ifade edilmektedir. Çalışmanın amacı, tüketici yenilikçiliğinin online simülasyonlu ürün satın alma niyetine etkisini belirlemeye yöneliktir. Bu çalışmada, tüketici yenilikçiliğinin dört boyutu olan sosyal, fonksiyonel, hedonik ve bilişsel yenilikçilik üzerinde durulmaktadır. Anket tekniğinden elde edilen veriler SPSS.23 programında analiz edilmiştir. Kavramsal model kapsamında geliştirilen hipotezler Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis ile test edilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre tüketicilerin yaş ve eğitim durumlarının online simülasyonlu ürün satın alma niyetini anlamlı olarak farklılaştırmadığı belirlenmiştir. Tüketici yenilikçiliği alt boyutlarından sosyal, fonksiyonel ve bilişsel yenilikçiliğin tüketicilerin online simülasyonlu ürün satın alma niyetlerini anlamlı olarak farklılaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Hedonik yenilikçilik alt boyutu ile anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. **Anahtar Kelime:** Yenilikçi Tüketici, Simülasyon, Satın Alma Niyeti.

A RESEARCH ON THE DETERMINATION OF THE IMPACT OF CONSUMER INNOVATION ON AN INTENTION OF PURCHASING ONLINE SIMULATED PRODUCTS

Abstract

The concept of innovation has gained a different dimension, with the Internet to be used in every field and become applicable to today's technologies. E-commerce is one of the greatest innovations that the internet offers our use. Today's marketing uses simulation applications as the element of experiencing while meeting consumer requests and expectations. The adoption of these applications by the consumer and the preferring is expressed by the concept of consumer innovation that expresses the accepted of the innovation. The aim of this study is to determine the impact of consumer innovation to purchase online simulated product. In this study, we focused on four dimensions of consumer innovation: social, functional, hedonic and cognitive innovation. The data obtained from the survey technique were analyzed in the SPSS.23 program. Hypotheses developed within the scope of the conceptual model are tested with Mann Whitney U test and Kruskal Wallis. According to the results obtained from the research, it was determined that the age and education situations of the consumers have not significantly differentiated their intention to purchase online simulated products. Social, functional and cognitive innovation of consumers innovation are significantly different intentions of purchasing online simulating product. A significant difference in hedonic innovation has not been detected.

Keywords: Innovative Consumer, Simulation, Intention to Purchase.

1. GİRİŞ

Teknolojinin günümüzde gelmiş olduğu nokta, teknolojinin sürekli olarak hızlı bir şekilde gelişmekte olmasıdır. Özellikle enformasyon teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler ile internet ve mobil teknolojileri yaygınlık kazanmıştır. Bu ilerlemeler pazarlamayı da etkilemiştir ve farklı pazarlama yöntemleri oluşmuştur. İşletmeler de bu noktada müşterilerine yönelik farklı deneyimler yaşatmak için harekete geçmeye başlamışlardır (Güleç, 2019:1).

Dünyada yaşanan ilerlemeler ve bunun devamında gerçekleşen çeşitli değişikliklerle insanoğlunun hayatında farklı olguları oluşturmuştur. Ekonomide, ticarete, siyasette vb. olan farklılıklar, sosyal yapıyı da etkileyerek, toplum açısından önemli farklılıklara sebep olmuş ve toplumda çeşitli oluşumların gerçekleşmesine referans olmuştur. Bireyler, her geçen gün en güncel olanın peşine düşerek, güncel bilgiye hakim olmaya çalışmıştır. Toplumlarda oluşan bu farklılık ve yenilikler bireylerin sahip olma arzularında ve biçimlerinde de değişiklikler meydana getirmiştir. (Yılmaz ve Uzunçelebi, 2015:23). En güncel olanı ise "Artırılmış Gerçeklik" tir.

Realitenin güçlendirilmesini ve desteklenmesini temin eden "Artırılmış Gerçeklik", dijital objelerin sanal olmayan dünyaya uyarlanmasının yanında dokunsal ya da kokusal bilgileri de sanal olmayan dünyadaki kullanıcıların algılarına katarak, katılımcı bir tecrübe oluşturmaya olanak tanımaktadır. Bu sebeple, savunmadan

endüstriye, tıp alanından eğitim, moda, eğlence ve oyuna kadar, çoğu alan ve disiplinde git gide yükselen nicelikte kullanılmaya başlanmıştır. Bu teknolojinin, son zamanlarda markalar aracılığıyla deneyimsel pazarlama aracı olarak kullanılmasında da önemli olduğu görülmektedir (Küçüksaraç ve Sayımer, 2016:74).

Literatür genel olarak incelendiğinde alanda yapılan çalışmaların genellikle simülasyon uygulamalarının satın alma niyetine etkileri ile tüketici yenilikçiliğinin satın alma niyetine olan etkilerinin belirlenmesine yönelik olan çalışmaların bulunduğu söylenebilir. Çalışma yenilikçi tüketicilerin online uygulamalarda yer alan simülasyonlu ürünleri satın alma niyetini belirlemeyi incelemesi açısından özgün bir değer taşımaktadır. Bu yönüyle çalışma tüketici yenilikçiliğini kavramsal alt boyutları ile simülasyon uygulamalarını da kapsayacak şekilde ele alan ilk çalışma olması yönüyle literatüre katkı sunacağı düşüncesi hakimdir.

Çalışmada; tüketici hangi güdülenmiş duygu ile satın almaya karar veriyor? Bu sorudan hareketle simülasyon uygulamalı bir ürünü izlediklerinde satın alma niyetini etkiliyor mu? sorularına cevap aramaktadır. Bu sorular kapsamında; yenilikçi tüketicilerin online uygulamalarda yer alan simülasyonlu ürünleri satın alma niyetini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, tüketici yenilikçiliğinin dört boyutu olan sosyal yenilikçilik, fonksiyonel yenilikçilik, hedonik yenilikçilik ve bilişsel yenilikçilik üzerinde durulmaktadır.

Bu alt boyutlar şu şekilde açıklanmıştır. Fonsiyonel güdülenme, tüketicilerin yeniliğin kullanılabilirlik, uygunluk, rahatlık, kalite, dayanıklılık gibi fonksiyonel özelliklerinden etkilenerek satın almaya yönelik fonksiyonel fayda elde etmek istemesine dayanır. Hedonik güdülerde tüketiciler yeniliğe yönelik satın alma davranışında çeşitlilik arama, eğlence, yaratıcılık, yeni şeyler keşfetme gibi özelliklerin etkisi altında güdülenmektedir. Sosyal güdülenme, tüketicilerin statü, prestij, imaj, aidiyet hissi ve saygınlık gibi özelliklerle güdüledikleri ve tüketicilerin toplumda kendilerini diğer tüketicilerden ayırma aracı olarak yenilikleri kullandığı söylenebilir. Bilişsel güdülenme ise merak, yeni bilgi arayışı ve bilgi için istek tüketicileri etkileyen güdüler olarak ele alınmaktadır (Kavak vd., 2016:93).

Bu çerçevede çalışmada ilk olarak literatür taraması yapıldıktan sonra, Simülasyon ve yenilikçi tüketici kavramları teorik açıdan ele alınmış ve devamında uygulanmış olan anket sonuçlarından elde edilen sonuçlara yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Flynn ve Goldsmit (1993) yaptıkları çalışmada, yeniliğin benimsenme sürelerini araştırmaya katılanların demografik değişkenleri ile karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Buna göre 185 Amerikan vatandaşı ile yapılan çalışmada bir ürün ya da hizmete karşı yeniliği erken benimseyenler ile geç benimseyenler arasında demografik değişkenler noktasında ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Goldsmit ve Newell (1997), 457 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları çalışmada ürün bazında yenilikçilik ile fiyat hassasiyeti arasındaki ilişkinin durumunu

araştırmışlardır. Bu çalışmanın sonucuna göre, yenilikçi tüketicilerin fiyatlara karşı daha az hassas olduğu sonucuna ulaşılmakla birlikte daha çok kadın tüketicilerin yenilikçi olduklarını tespit etmiştir.

Bosnjak vd. (2006), çalışmalarında, açık artırma sitelerinde faaliyette bulunan tüketicilerin planlı satın alma davranışı ve teknoloji kabul modellerinin tatmin edici özelliklerini ölçmüştür. Almanca konuşan 294 katılımcı ile yapılan çalışmanın sonuçlarına göre modeller arasında benzerlikler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gielens ve Steenkamp (2007), yaptıkları çalışmada, tüketicilerin yenilikçilik davranışlarını belirleyen unsurları ve tüketicilerin yenilikçilik eğilimlerini araştırmıştır. 4 farklı Avrupa ülkesinden toplam 16.000 katılımcı ile yapılan çalışmanın sonuçlarına göre yenilikçilik eğilimi attıkça yeni ürünlerin daha çok alınmasının her ülkede artış yönünde seyrettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Hoffman ve Soyez (2010), Almanya'da lüks otomobil kullanan 521 tüketici üzerinde yenilikçilik ve ilgi alanları üzerinde yapılan çalışmanın sonuçlarına göre ilgi alanı yenilikçiliğin %36'sını açıklamakta; fikir liderliği, kullanım sıklığı ve medya kullanımı ise %64'ünü açıklamaktadır sonucuna ulaşılmıştır.

Eryiğit ve Kavak (2011), yaptıkları çalışmada tüketici yenilikçiliğinin tutumsal ve davranışsal uyumunu incelemiştir. Anket tekniği ile 287 kişiye yapılan saha çalışmasının sonuçlarına göre, yenilikçi tutumun bireyi davranışa sevk etmediğine; daha yalın bir anlatım ile yenilikçi bir tutuma sahip olunmasının bireyleri davranışa yönlendirilmesi kavramları arasında ilişki bulunmamıştır.

Akdoğan ve Karaarslan (2013), yenilikçilik kavramını, yenilikçilik eğilimi ile türlerini ve yenilikçi davranış boyutlarını tüm yönleri ile incelemiştir. Aynı zamanda tüketici yenilikçiliğini ve ortaya çıkışından itibaren nasıl bir değişim geçirdiğini ve hangi yöntemler ile ölçülebileceğini kavramsal bir şekilde ele almış ve bu alanda çalışma yapacak olanlara tavsiyelerde bulunmuşlardır.

Deniz ve Erciş (2016), çalışmalarında tüketici yenilikçiliğinin boyutları ve yeniliği etkileyen etkenler arasındaki bağlantıları cep telefonu ürünü özelinde incelemiştir. Araştırma İstanbul ilinde ikamet eden 18 yaş üzeri 530 kişi üzerinde yapılmış olup veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; tüketicilerin cep telefonu ürünü ile alakalı düşünce liderlikleri ile uzmanlıklarının onların teknolojik ve moda yenilikçiliği boyutlarını etkilediği ve aralarında ilişki bulunduğu tespit edilirken bir diğer etkili faktörün ise uzmanlık olduğu belirlenmiştir.

Kılıç ve Portakalçı (2018), tüketici yenilikçiliğinin bir rekabet aracı olarak tüketicilerin satın alma davranışına olan etkilerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmalarında, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin başkenti Lefkoşa'da bir alan araştırması gerçekleştirmişlerdir. Lefkoşa'da yaşayan 18 yaş üzeri 110 kişi ile ön çalışma yapılmış ve faktör yük değerleri düşük olan maddelerin çıkarılması ile yeniden

513 kişi ile yapılan alan araştırmasının sonuçlarına göre tüketicilerin yenilikçilik anlayışlarının satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yordanova (2019), çalışmasında tüketici yenilikçiliğini cinsiyet farkları ve alt boyutlar bağlamında Bulgaristan'da yaşayan 22-65 yaş arası tüketiciler ile yapılmıştır. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, kadın tüketicilerin yenilikçiliği kabul bağlamında erkek tüketicilere göre daha fazla kabul ettiği tespit edilmiştir.

Avcı (2020), Türkiye'nin Otomobili Girişim Grubu (TOGG) tarafından tasarlanan yerli otomobile ilişkin tüketici görüşlerini belirlemek ve tüketici yenilikçiliği ile tüketici etnosentrizmi faktörlerinin satın alma davranışı üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlayan 584 katılımcı ile bir çalışma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, tüketici yenilikçiliği ve tüketici etnosentrizminin satın alma davranışları üzerinde olumlu etkilerinin olduğu belirlenmiştir.

Rahman vd. (2020), çalışmalarında Çin'de yaşayan genç tüketicilerin ürüne ilişkin seçim kararları ile sürdürülebilirlik ilişkilerini cinsiyet ve tüketici yenilikçiliği özelinde incelemişlerdir. 614 erkek, 1196 kadın tüketici olmak üzere toplam 1810 katılımcı ile yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, geliştirilen 11 hipotezden 4 tanesi kabul edilmiştir. Buna göre, moda tasarımı, ürün geliştirme ve pazarlama alanı için tüketicileri anlama noktasında rehberlik edecek iletişim stratejilerinin geliştirmesi önemli olacaktır.

3. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Yenilikçi Tüketici

Yenilik kavramı, pazarlamaya konu unsurların odak tüketiciler tarafından yeni olmak üzere algılanması ve kabul edilmesi olarak ifade edilmektedir (Uyar ve Kılıçaslan, 2015:164). Bir kavram olarak yenilik ve yenilikçilik esasında birbirleri ile yakından ilgilidir. Bu ilgi ise kimi yazarlar tarafından farklı şekillerde ele alınabilmektedir. Rogers (1983)'a göre yenilikçilik, sosyal sistemdeki bir bireyin diğerlerine göre yenilikleri daha erken benimseme derecesidir (Rogers, 1983:241). Buna karşın, Hurt vd. (1977) ise, değişime ve yeniliğe isteklilik olarak tanımlamaktadır (Hurt, 1977:59). Steenkamp vd. (1999)'e göre tüketici yenilikçiliği, kişilerin önceki alışkanlıkları veya tüketim tercihlerine bağlı kalmaktan ziyade yeni ürün satın almaya yönelik niyetlerini ifade eder (Steenkamp vd, 1999:25). Aynı zamanda yenilikçi tüketiciler yeni ürünleri daha çabuk benimseme eğilimindedirler, mükemmel bir ürüne sahip olmakla daha az ilgilenirler bunun yanında yeni ürünlere daha fazla ücret ödemeye hazırdırlar (Gill vd., 2000).

Yenilikçi tüketicileri diğer tüketicilerden ayıran bazı özellikler bulunmaktadır. Yenilikçi tüketiciler ürünün yaşam eğrisinin ilk aşamasında satın almaya yönelebilmektedirler. Çünkü diğer tüketicilere göre daha fazla risk alma eğilimindedirler. Aynı zamanda yeni ürün satın alma isteği onları daha fazla bilgi edinmeye yönlendirerek satın alma sıklıklarını da artırmaktadır (Baş vd., 2015:63).

Tüketici yenilikçiliğinin iki ana boyutu bulunmaktadır. Bunlardan biri, ürüne özgü yenilikçiliklidir. Bu boyut Goldsmith ve Hofacker (1991) tarafından geliştirilmiştir ve tüketici yenilikçiliğinin bir ürün kategorisinden diğerine değişebileceğini varsayar. Diğer ise bilişsel ve duyuşsal özellikleri içeren ve sosyo-psikolojik açıdan yenilikçiliğe doğuştan kişisel bir yatkınlığı vurgulamaktadır (Kim vd. 2010:716).

3.2. Simülasyon

Simülasyon kavramı 5000 yıl öncesine kadar dayandırılmaktadır. Tarihi süreçte ilk olarak kadim Çin medeniyetinde bir savaş oyunu olan "WEICH" adıyla bilinmektedir (Shah, Gor ve Sony (2007); Patrik (2002)' den aktaran Mıdık ve Kartal, 2010: 389). Simülasyon tarihindeki ikinci büyük adım ise 1929 yılında Edward Link tarafından geliştirilmiş olan uçak simülatörü ile atılmıştır (Patrik (2002)'den aktaran Özçetin, 2019: 35). 1950'li yıllardan itibaren bilgisayar kullanımı ve bilişim teknolojisindeki hızlı gelişmeyle beraber simülasyon kullanım alanlarında da hızlı bir artış olmuştur (Kavcar, 2004: 41).

Simülasyon metotlarının sınaı kullanım sahaları sağık, eğitim, hizmet, yapım, işletme, idare ve pazarlama etkinliklerini içeren yaygın yelpazeli bir şemsiye altındadır. Kaynaklarda, 1970'lerde "Tasarla-İnşa-Test Et" paradigmasına dair bir yaklaşım kullanılırken, 1980'lerde simülasyon bilgisayar-dayanaklı bir paradigmaya geçmiş ve 1990'larda ise güçlü nitelikteki çizge düzeneklerinin tasarlanmasıyla "Tasarla-Simüle Test Et" etaplarından meydana gelen uzaysal bir nosyon şeklinde ifade edilmiştir (Çelen, 2017:9).

Simülasyon kavramı Latince kelime "simulare" kelimesinin isim durumu olan "simulacrum" sözcüğünden türetilmiştir (Şimşek, 2016:24). Simülasyon sözcüğü için Türk Dil Kurumu tarafından yapılan tanımlama şu şekildedir:

"Benzetim, öğrence" (TDK, 2020).

Simülasyon için yapılan bir diğer tanımlama, bir köken veya gerçeklikten mahrum gerçeğin modeller vasıtasıyla türetilmesine denir (Baudrillard, 2011:13). Bir diğer tanımlama, gerçek dünyadaki bir sürecin veya sistemin zaman içindeki işleyişinin bilgisayar ortamında taklit edilmesidir (Banks, 1998:3). Simülasyon bir yöntemin hareketini tanımlamak ve analiz etmek, gerçek sistem hakkında ne olursa olsun soru sormak ve gerçek sistemlerin tasarımına yardımcı olmak için kullanılır (Banks, 1998: 4). Kısacası simülasyon, "gerçekle" "sahte" ve "gerçekle" "düşsel" arasındaki ayrımı ortadan kaldırmaktır (Baudrillard, 2011:15).

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Yenilikçi tüketicilerin online uygulamalarda yer alan simülasyonlu ürünleri satın alma niyetini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, tüketici yenilikçiliğinin dört boyutu olan sosyal, fonksiyonel, hedonik ve bilişsel yenilikçilik üzerinde durulmaktadır. Tanımlayıcı araştırma metodu kullanılan bu çalışmada veri toplama metodu olarak çevrimiçi anket tekniğı kullanılmıştır. Aynı zamanda ana kütleyi oluşturan katılımcıların ilgili simülasyon uygulamasını da iyi anlayabilmeleri için katılımcılara konu ile ilgili bir video izletilmiştir. Çalışmanın ana kütlesini 18 yaş üzeri

online uygulamaları kullanan tüketiciler oluşturmaktadır. Örneklem olarak kolayda örnekleme metodu seçilmiştir.

Araştırmada 74 katılımcı ile bir ön test gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin geçerliliklerinde herhangi bir problem olmadığının tespiti üzerine veri toplamaya devam edilmiş ve toplam 326 katılımcıdan alınan veriler Lisanslı SPSS istatistik paket programı ile çeşitli analizlere tabi tutulmuştur.

Araştırmada veri toplamak için kullanılan anket toplam 3 bölümden ve 26 sorudan oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü katılımcıların demografik bilgilerini ölçmeye yönelik 6 ifadeden oluşmaktadır. İkinci bölümünde Vandecasteele ve Geuens (2010) tarafından geliştirilen "Güdülenmiş Tüketici Yenilikçiliği Ölçeği" kullanılmıştır. Söz konusu ölçek toplam 20 soru ve fonksiyonel güdülenme, sosyal güdülenme, hedonik güdülenme, bilişsel güdülenme olmak üzere 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Üçüncü bölümde ise Shiv vd. (1997) geliştirdiği, Yağcı ve İlarlan (2010) çalışmasından alınan 5'li Likert tipi satın alma niyeti ölçeği kullanılmıştır. Aynı zamanda satın alma niyetine ilişkin ifadeler katılımcılara yöneltilmeden önce, tüketicilerin simülasyonlu ürünü zihinde canlandırabilmeleri adına 40 saniyelik bir video izlettirilmiştir.

5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Çevrimiçi uygulamalarda tüketici yenilikçiliğinin online simülasyonlu ürün satın alma niyetine etkisini belirlemeyi amaçlayan bu çalışma kapsamında iki ana hipotez çerçevesinde 7 alt hipotez geliştirilmiştir.

H₁: Tüketicilerin demografik özellikleri itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H_{1a}: Tüketicilerin cinsiyetleri itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H_{1b}: Tüketicilerin yaş grupları itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H_{1c}: Tüketicilerin eğitim durumları itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H₂: Tüketici yenilikçiliği itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H_{2a}: Sosyal yenilikçilik boyutu itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H_{2b}: Fonksiyonel yenilikçilik boyutu itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H_{2c}: Hedonik yenilikçilik boyutu itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H_{2d}: Bilişsel yenilikçilik boyutu itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Aşağıdaki tablolarda sırasıyla katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve tanımlayıcı istatistikleri ile birlikte veri toplama aşamasında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, veri setinin normal dağılım testleri ve hipotezlerden elde edilen bulgulara değinilmiştir.

6.1. Sosyo-Demografik Özellikler

Tablo 1’de gösterildiği üzere, çalışmaya katılan tüketicilerin %51,8’i kadın, %48,2’lik bölümü ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Coğrafi bölge bazında bakıldığında en büyük katılımcı %64,1’lik oranla Karadeniz Bölgesi’ndedir. Geliri 1.500 TL’den az olan tüketicilerin oranı %20,6 iken 6.000 TL ve üzeri olan tüketicilerin oranı %8,6 olarak tespit edilmiştir. Eğitim durumu incelendiğinde lisans ve üzeri düzeyi katılımcıların oranı %45,4 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	N	%	Eğitim Düzeyi	N	%
Kadın	169	51,8	İlköğretim	52	16,0
			Lise	63	19,3
Erkek	157	48,2	Önlisans	63	19,3
Toplam	326	100,0	Lisans	97	29,8
Yaş	N	%	Lisansüstü	51	15,6
18-25	107	32,8	Toplam	326	100,0
26-35	100	30,7	Aylık Gelir Aralığı	N	%
36-45	73	22,4	1500 TL'den az	67	20,6
46 ve üstü	46	14,1	1500-3000 TL arası	100	30,7
Toplam	326	100,0	3000-4500 TL arası	76	23,3
Yaşadığı Bölge	N	%	4500-6000 TL arası	55	16,9
Marmara Bölgesi	31	9,5	6000 TL'den yüksek	28	8,6
Ege Bölgesi	8	2,5	Toplam	326	100,0

Akdeniz Bölgesi	13	4,0			
Karadeniz Bölgesi	209	64,1			
Doğu Anadolu Bölgesi	15	4,6			
İç Anadolu Bölgesi	41	12,6			
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	9	2,8			
Toplam	326	100,0			

Tablo 2’de katılımcıların online alışveriş sıklıkları gösterilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Online Alışveriş Sıklığı

Alışveriş Sıklığı	N	%
Haftada 2-3 kez	35	10,7
Haftada 1 kez	60	18,4
15 günde 1 kez	44	13,5
Ayda 1 kez	92	28,2
Pek sık yapmıyorum	95	29,1
Toplam	326	100,0

Tablo 2’de görüleceği üzere; araştırmaya katılan tüketicilerin %29’u çevrimiçi satın alma sıklığını ‘Pek Sık Yapmıyorum’ şeklinde yanıtlarken %28,2’lik bir bölümü ayda bir kez; %18,4’lük bölümü haftada bir kez şeklinde yanıtlamıştır. Haftada 2-3 kez çevrimiçi alışveriş yapanların oranı %10,7 iken %13,5’lik bir bölümü ise 15 günde bir kez çevrimiçi alışveriş yaptığını ifade etmiştir.

6.2. Araştırmanın Güvenirlilik Analizi

Bu araştırmanın veri toplama metodu çevrimiçi anket tekniğine dayalıdır. İlgili ankette iki ölçek ve toplam 23 ifade bulunmaktadır. Ölçeklerin güvenilirlik düzeyi cronbach’s alpha katsayısından elde edilen sonuca göre değerlendirilmektedir. Buna göre; Alfa katsayısı 0,00 ve 0,40 arasında ise ölçeğin güvenilir olmadığı, 0,40-0,60 arasında ise düşük güvenilirlik düzeyinde olduğu, 0,60-0,80 arasında ise ölçeğin güvenilir olduğu ve 0,80-1.00 arasında ise yüksek güvenilirlik düzeyinde olduğu ifade edilebilmektedir (Kalaycı, 2010:405).

Tablo 3. Tüketici Yenilikçiliği Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Tüketici Yenilikçiliği Ölçeği		
Alt Boyutlar	İfade Sayısı	Alfa Katsayısı
Sosyal Yenilikçilik Boyutu	5	80,6
Fonksiyonel Yenilikçilik Boyutu	5	65,9
Hedonik Yenilikçilik Boyutu	5	82,7
Bilişsel Yenilikçilik Boyutu	5	75,5
Ölçeğin Genel Güvenilirliği		87,5

Tablo 3'te gösterilen bilgiler ışığında, tüketici yenilikçiliği ölçeğine ilişkin alfa katsayıları değerlendirildiğinde; ölçeğin genelinin yüksek güvenilir olduğu ifade edilebilir. Alt boyutlara göre bakıldığında sosyal yenilikçilik ve hedonik yenilikçilik boyutları yüksek güvenilir, diğer boyutlar ise güvenilir düzeydedir şeklinde yorum yapılabilecektir. Tablo 4'e göre satın alma niyeti ölçeğinin ise güvenilir olduğu ifade edilebilecektir.

Tablo 4. Satın Alma Niyeti Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Ölçek	İfade Sayısı	Alfa Katsayısı
Satın Alma Niyeti Ölçeği	3	72,2

Tüketici yenilikçiliği ölçeği ve satın alma niyeti ölçeklerine verilen yanıtların normal dağılım varsayımını sağlayıp sağlamadığına dair yapılan testlerden elde edilen neticeler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5. Ölçeklerin Normallik Testleri

	Kolmogorov-Smirnov^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Tüketici Yenilikçiliği Ölçeği	0,219	326	0,00	0,903	326	0,00
Satın Alma Niyeti Ölçeği	0,204	326	0,00	0,910	326	0,00

Tablo 5'e göre; Tüketici Yenilikçiliği ölçeğinden elde edilen verilerin normallik testlerinden Kolmogorov Smirnov ve Sapiro Wilk istatistiklerinin her ikisine göre normal dağılmadığı ifade edilebilecektir. Satın alma niyeti ölçeğinde de her iki test istatistiği sonuçları $p < 0,05$ varsayımını sağlayamadığı için normal dağılmadığı görülmüştür.

6.3. Yenilikçi Tüketici ve Online Simülasyon Uygulamaları Arasındaki İlişki

Bu çalışma; yenilikçi tüketicilerin online uygulamalarda yer alan simülasyonlu ürünleri satın alma niyetini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, tüketici yenilikçiliğinin dört boyutu olan sosyal yenilikçilik, fonksiyonel yenilikçilik, hedonik yenilikçilik ve bilişsel yenilikçilik üzerinde durulmaktadır. Bu doğrultuda araştırmada iki ana hipotez ve yedi alt hipotez geliştirilmiştir. İlk hipotez H₁: “Tüketicilerin demografik özellikleri itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır” hipotezi kapsamında üç alt hipotez geliştirilmiştir. Veri seti normal dağılım göstermediği için nonparametric alternatif testlerin kullanılmıştır. Bu kapsamda H_{1a} hipotezi Mann Whitney U Testi ve H_{1b} ve H_{1c} hipotezleri ise Kruskal Wallis Test metodu kullanılarak analiz edilmiştir. Sırasıyla alt hipotezlere ilişkin sonuçlar tabloda gösterilmiştir:

Tablo 6. H_{1a} Alt Hipotezi Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Ort.	Z	df	MWU	Sig.	Sonuç
Cinsiyet * Satın Alma Niyeti	3.1893	-3,746	324	11510	0,03	KABUL

“H_{1a}: Tüketicilerin cinsiyetleri itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır” hipotezi Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiştir ve sonuçları tabloda gösterilmiştir. Tabloda Kadın ve Erkek tüketicilerin online simülasyonlu ürünleri satın alma niyetleri arasında $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde farklılık tespit edilmiş ve H_{1a} alt hipotezi Kabul edilmiştir.

Tablo 7. H_{1b} ve H_{1c} Alt Hipotezleri Kruskal Wallis Test Sonuçları

	Ki Kare	df	Ort.	Sig.	Sonuç
Yaş Grup* Satın Alma Niyeti	0,987	3	1.0431	0,69	RED
Eğitim* Satın Alma Niyeti	7,967	5	1.4089	0,37	RED

“H_{1b}: Tüketicilerin grupları itibari ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır” hipotezi, Kruskal Wallis metodu ile analiz edilmiş ve sonuçları tabloda gösterilmiştir. Tabloda tüketicilerin demografik özelliklerinden olan yaş grupları ile online simülasyon uygulamalı ürünü satın alma niyetleri kapsamında $p > 0.05$ anlamlılık düzeyinde farklılık tespit edilememiş ve H_{1b} alt hipotezi reddedilmiştir.

“H_{1c}: Tüketicilerin eğitim durumları itibari ile online simülasyonlu ürünü satın alma niyeti anlamlı olarak farklılaşmaktadır” hipotezi Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiş ve sonuçları yukarıdaki tabloda gösterilmiştir. Tabloya göre tüketicilerin eğitim durumları itibari ile online simülasyonlu ürünü satın alma niyetinde $p > 0.05$ anlamlılık düzeyinde farklılık tespit edilememiş ve H_{1c} alt hipotezi hipotez reddedilmiştir.

H₁ hipotezi kapsamında üç alt hipotez geliştirilmiştir. Alt hipotezlere sırası ile tüketicilerin cinsiyetleri, yaş grupları ve eğitim durumları itibari ile online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyeti arasında farklılık olup olmadığını tespit etmeye yöneliktir. Bu hipotezler sırası ile Mann Whitney U t testi ve Kruskal Wallis testlerine tabi tutulmuş ve anlamlılık değerlerine bakılarak H_{1a} hipotezi Kabul edilirken H_{1b} ve H_{1c} alt hipotezleri reddedilmiştir.

İkinci hipotez “H₂: Tüketici yenilikçiliği itibari ile online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır” hipotezi kapsamında dört alt hipotez geliştirilmiştir. Veri setinin normal dağılım göstermemesi sebebi ile nonparametrik testlerden olan Kruskal Wallis testi kullanılarak analiz edilmiştir. Sırasıyla alt hipotezler aşağıda tablolarda gösterilerek yorumlanmıştır.

Tablo 8. Tüketici Yenilikçiliği Alt Boyutları ile Online Simülasyon Uygulamalı Ürün Satın Alma Niyeti Alt Hipotezleri Kruskal Wallis Test Sonuçları

Yenilikçilik Alt Boyutları	Sonuç
Sosyal Yenilikçilik* Satın Alma Niyeti	Kabul
Fonksiyonel Yenilik *Satın Alma Niyeti	Kabul
Hedonik Yenilikçilik * Satın Alma Niyeti	Red
Bilişsel Yenilikçilik * Satın Alma Niyeti	Kabul

H_{2a}, H_{2b}, H_{2c}, ve H_{2d} Alt Hipotezlerinin Kruskal wallis testi sonuçları Tablo 9’da ayrıntılı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 9. H₂ Alt Hipotezlerinin Kruskal Wallis Test Sonuçları

	Ki Kare	df	Ort.	Sig.	Sonuç
Sosyal Yenilikçilik * Satın Alma Niyeti	17,025	4	186,07	0,002	KABUL
Fonks. Yenilikçilik * Satın Alma Niyeti	16.247	4	12,309	0,015	KABUL
Hedonik Yenilikçilik * Satın Alma Niyeti	4,842	4	3,7147	0,304	RED
Bilişsel Yenilikçilik * Satın Alma Niyeti	11.208	4	3,4724	0,024	KABUL

“H_{2a}: Sosyal yenilikçilik boyutu itibari ile online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır” hipotezi; p<0.05 varsayımına istinaden kabul edilmiştir. “H_{2b}: Fonksiyonel yenilikçilik boyutu itibari ile online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.” hipotezi; p<0.05 varsayımına istinaden kabul edilmiştir. Dolayısı ile sosyal yenilikçilik alt boyuru ve fonksiyonel yenilikçilik alt boyutunun online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyeti ile anlamlı ilişkisi olduğu yorumu yapılabilir.

“H_{2c}: Hedonik yenilikçilik boyutu itibari ile online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır” hipotezi; $p < 0.05$ varsayımını sağlamadığı için reddedilmiştir. Dolayısı ile hedonik yenilikçilik alt boyutunun online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı yorumu yapılabilir. “H_{2d}: Bilişsel yenilikçilik boyutu itibari ile online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyetleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.” hipotezi; $p < 0.05$ varsayımına istinaden kabul edilmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde yenilikçiliğin alt boyutlarından olan sosyal, fonksiyonel ve bilişsel yenilikçiliğin online simülasyonlu ürün satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir farklılaşma olduğu fakat hedonik yenilikçilik alt boyutunun farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

7. SONUÇ ve ÖNERİLER

İnternet teknolojisi erken dönemde askeri amaçlı bir haberleşme unsuru olarak kullanılmakta iken önce kendisini yenileyerek multidisipliner bir faktör haline gelmiştir. Özellikle günümüzün teknolojisinde internet pek çok yeniliğin uygulanabilmesi ya da geliştirilebilmesi için kilit faktör haline gelmiştir. Simülasyon uygulamalarının internet ile özellikle de elektronik ticaret ile etkileşimi sonrasında tüketici yenilikçiliği kavramı daha önemli hale gelmiştir. Yenilikçi tüketicilerin online uygulamalarda yer alan simülasyonlu ürünleri satın alma niyetini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, tüketici yenilikçiliğinin dört boyutu olan sosyal, fonksiyonel, hedonik ve bilişsel yenilikçilik üzerinde durulmaktadır. Araştırma kapsamında iki ana hipotez ve yedi alt hipotez oluşturulmuştur. Oluşturulan bu hipotezlerden elde edilen bulgular ise:

H₁ hipotezi kapsamında incelenen demografik özelliklerinden yaş ve eğitim durumları itibari ile online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyetini farklılaşmadığı sonucuna, cinsiyet itibari ile online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyetini farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Daha sade bir ifade ile tüketicilerin demografik değişkenleri ile online simülasyonlu ürün satın alma niyetleri arasında cinsiyet faktörü hariç olmak üzere anlamlı ilişki tespit edilemediği söylenebilir. Bu kapsamda elde edilen sonucun literatürde Flynn ve Goldsmit (1993) ile Deniz ve Erciş (2016) tarafından yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçlar ile özdeş olduğu görülmüştür.

H₂ hipotezi kapsamında yenilikçi tüketici boyutlarından “Sosyal Yenilikçilik” ile oluşturulan alt hipoteze göre sosyal yenilikçiliğin tüketicilerin online simülasyonlu ürün satın alma niyetini anlamlı olarak farklılaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani tüketici satın alma niyetinde bulunurken statü, saygınlık, prestij gibi durumları önemseydiği sonucuna varılabilir. Diğer boyut olan “Fonksiyonel Yenilikçilik” ile oluşturulan alt hipoteze göre tüketicilerin online simülasyonlu ürün satın alma niyetini anlamlı olarak farklılaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani tüketicilerin ürün satın alırken ürünün kullanılabilirliği, uygunluğu, rahatlığı, kalitesi gibi faktörleri önemseymediği, ilk etapta ürünü fonksiyonel olarak değerlendirdiği yorumu yapılabilir. Bir diğer boyut olan “Hedonik Yenilikçilik” ile oluşturulan alt hipoteze göre tüketicilerin online simülasyonlu ürün satın alma niyetlerini anlamlı olarak farklılaştırmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısı ile bu kapsamda tüketicilerin ürün satın alırken heyecan, haz, eğlence, yaratıcılık gibi güdülenmiş duygulardan etkilenmediği söylenebilir. “Bilişsel

Yenilikçilik” alt boyutu itibari ile değerlendirildiğinde bilişsel yenilikçiliğin tüketicilerin online simülasyon uygulamalı ürün satın alma niyetini anlamlı olarak farklılaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda tüketici ürün satın alırken merak arayışı, yeni bilgi arayışı gibi faktörlerden etkilendiği söylenebilir. Sonuç olarak H_{2a}, H_{2b} H_{2d} hipotezleri KABUL edilmiş olup, H_{2c} hipotezi REDDEDİLMİŞTİR.

Literatür genel olarak incelendiğinde alanda yapılan çalışmaların genellikle simülasyon uygulamalarının satın alma niyetine etkileri ile tüketici yenilikçiliğinin satın alma niyetine olan etkilerinin belirlenmesine yönelik olan çalışmaların bulunduğu söylenebilir. Bu bağlamda, çalışmadan elde edilen sonuçların Hofman ve Soyez (2010) tarafından yapılan çalışma ile benzer sonuçlar verdiği görülmüştür. Çalışmamızda tüketici yenilikçiliği kavramı, Hedonik, Fonksiyonel, Bilişsel ve Sosyal Yenilikçilik alt boyutları ile incelenmiş ve sosyal, fonksiyonel ve bilişsel yenilikçiliğe ait hipotezler kabul edilmiştir. Hofman ve Soyez (2010) tarafından yapılan çalışmada ise fikir liderliği ve medya kullanımı başlıkları öne çıkmıştır. Goldman ve Smith (2007) tarafından yapılan çalışmada yenilikçi tüketicilerin fiyatlara karşı daha az duyarlı olduğu tespit edilmiştir. Eryiğit ve Kavak (2011)’ın çalışmasında ise tüketici yenilikçiliğinin bireyleri satın almaya yönlendirmede etken faktör olmadığı tespit edilmiştir. Bu yönüyle çalışmadan elde edilen sonuçların literatürdeki çalışmalar ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Çalışma yenilikçi tüketicilerin online uygulamalarda yer alan simülasyonlu ürünleri satın alma niyetini farklılaştırdığını belirlemesi incelemesi açısından özgün bir değer taşımaktadır. Bu yönüyle çalışma tüketici yenilikçiliğini kavramsal alt boyutları ile simülasyon uygulamalarını da kapsayacak şekilde ele alan ilk çalışma olması yönüyle literatüre katkı sunacağı düşüncesi hakimdir. Gelecekte bu alanda yapılacak olan çalışmalarda daha farklı gelir grupları ya da meslek grupları üzerinde araştırma yapılabilecek ya da karşılaştırmalı analizleri yapılabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, M. Ş., ve Karaarslan, M. H. (2013), **Tüketici Yenilikçiliği**. Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences, 27(2).
- Avcı, İ. (2020). **Yerli Markalı Otomobil Satın Alma Niyetinde Etnosentrizm, Ülke İmaji Ve Yenilikçiliğin Etkisi: Türkiye'nin Otomobili (TOGG) Bağlamında Bir Araştırma**, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20, 439-466.
- Banks, J. (Ed.). (1998), **Handbook of Simulation: Principles, Methodology, Advances, Applications, And Practice**, New York: John Wiley & Sons.
- Baş, Y. Okutan ve S. Altunışık, R. (2015), **Tüketicilerin Yenilikçilik Eğilimlerini Etkileyen Davranışsal ve Kişisel Faktörlerin İncelenmesi: Gıda Alışverişleri Üzerine Bir Uygulama**, Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, 4(8), 60-82.
- Baudrillard, J. (2011), **Simülakrlar ve Simülasyon**, (Çev. O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bosnjak, M., Obermeier, D., ve Tuten, T. L. (2006), **Predicting And Explaining The Propensity To Bid In Online Auctions: A Comparison Of Two Action-Theoretical Models**. Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review, 5(2), 102-116.
- Çelen, S. (2017), **Sanayi 4.0 ve Simülasyon**. International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry, 1(1), 9-26.
- Deniz, A., Erciş, A., (2016), **Tüketici Yenilikçiliğinin Boyutları Ve Yenilikçiliği Etkileyen Faktörler Arasındaki İlişkiler**, Kafkas Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(14), 461-475.
- Eryiğit, C., ve Kavak, B. (2011). **Tüketici Yenilikçiliğinin Tutumsal Ve Davranışsal Uyumunun İncelenmesi**. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29(2), 95-113.
- Flynn, L. R., ve Goldsmith, R. E. (1993). **Identifying Innovators In Consumer Service Markets. Service Industries Journal**, 13(3), 97-109.
- Gielens, K., ve Steenkamp, J. B. E. (2007). **Drivers Of Consumer Acceptance Of New Packaged Goods: An Investigation Across Products And Countries**. International Journal of Research in Marketing, 24(2), 97-111.
- Gill, J.M., Gracia, A., Sanchz M., (2000), **Market Segmentation And Willingness To Pay For Organic Products In Spain**, The International Food and Agribusiness Management Review, 3(2), 207-226.
- Goldsmith, R. E., ve Newell, S. J. (1997), **Innovativeness And Price Sensitivity: Managerial, Theoretical and Methodological Issues**. Journal of Product & Brand Management, 6(3), 163-174.
- Goldsmith, R.E. and Hofacker, C. (1991), **Measuring Consumer Innovativeness**. Journal of the Academy of Marketing Science, 19(3), 209-221.
- Güleç, U. T. (2019). **Pazarlamada artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamalarının kullanımı: Türkiye ve Dünyadaki örnekler çerçevesinde bir değerlendirme**. (Yüksek lisans tezi), KTO Karatay Üniversitesi, Konya.
- Hoffmann, S., ve Soyez, K. (2010), **A Cognitive Model To Predict Domain-Specific Consumer Innovativeness**. Journal of Business Research, 63(7), 778-785.

- Hurt, H. T, Joseph, K. ve Chester D. (1977), **Scales For The Measurement Of Innovativeness**. Human Communication Research, 4(1), 58-65.
- Kalaycı, Ş. (2010). **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (Vol. 5)**. Ankara, Turkey: Asil Yayın Dağıtım.
- Kavak, B., Neslişah T., Kazancı Ş., (2016), **Yeniliği Benimseyen Kategorilerinin Yenilikçi Davranış Guduleri Açısından Farklılıkları: Akıllı Telefon Kullanıcıları Üzerinde Bir İnceleme**. Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, 2, (91-121).
- Kavcar, B. (2004), **Simülasyon Yöntemi Kullanılarak Yapılan Satış Tahminleriyle Satış Bütçesi Hazırlama**. (Yüksek lisans tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kılıç, E. A., ve Portakalçı, M. (2018), **The Impact Of Consumer Innovativeness As A Competative Instrument On Buying Habits**. Journal of Life Economics, 5(1), 95.
- Kim, W., Benedetto, A., Lancioni R., (2010), **The Effects Of Country And Gender Differences On Consumer Innovativeness And Decision Processes In A Highly Globalized High-Tech Product Market**. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 5, 714-744.
- Küçüksaraç, B., ve Sayımer, İ. (2016), **Deneyimsel Pazarlama Aracı Olarak Artırılmış Gerçeklik: Türkiye'deki Marka Deneyimlerinin Etkileri Üzerine Bir Araştırma**. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (51), 73-95.
- Mıdık, Ö., ve Kartal, M. (2010). **Simulation-Based Medical Education (Derleme)**. Marmara Medical Journal, 23(3), 389-399.
- Özçetin, K. N. (2019). **Bir Mobilya Firmasında Paketleme Öncesi Üretim Hattının Simülasyon İle Verimliliğinin Arttırılması**. (Yüksek lisans tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Rahman, O, Fung, C. M. B & Chen, Z., (2020), **Young Chinese Consumers' Choice between Product-Related and Sustainable Cues—The Effects of Gender Diferences and Consumer Innovativeness**. Sustainability, 12(9), 1-23.
- Rogers, E., (1983). **Diffusion Of Innovations (3th Ed.)**, New York: The Free Press.
- Shiv, B., Edell A.J., ve Payne W.J. (1997). **Factors Affecting The Impact Of Negatively And Positively Framed Ad Messages**. Journal Of Consumer Research, 24 (Dec), 285-294.
- Şimşek, G. (2016), **Üretim Süreçlerinin Simülasyon Yöntemi İle Yeniden Düzenlenmesi**. (Yüksek lisans tezi), Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Steenkamp, J., Benedict E.M., Hofstede, F. Ve Wedel, M. (1999). **A Cross National Investigation Into The Individual And National Cultural Antecedens Of Consumer Innovativeness**, Journal of Marketing, 63 (2), 55.
- Türk Dil Kurumu (2020). Simülasyon. <https://sozluk.gov.tr/>.
- Uyar, A. ve Kılıçaslan, K. (2015), **Influence Innovative Businesses On Consumer Preferences: A Study On Laptop Users**. Journal Of Management Marketing And Logistics, 2(2), 158-177.
- Vandecasteele, Bert ve Maggie Geuens (2010), **Motivated Consumer Innovativeness: Concept, Measurement, And Validation**, Intern. J. of Research in Marketing, 27(4), 308-318.

- Yağcı, İ. ve İlarıan, N. (2010), **Reklamların Ve Cinsiyet Kimliği Rolünün Tüketicilerin Satın Alma Davranııları Üzerindeki Etkisi**. **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 11(1), 138-155.
- Yılmaz, A., ve Uzunçelebi, H. (2015), **Modern Tüketim Kültüründen Postmodern Tüketim Kültürüne Geçişin Elektronik Ticaret Üzerinde Oluşturduğu Etkiler**. **Atatürk İletişim Dergisi**, (9), 13-34.
- Yordanova, T. (2019), **Inherent Consumer Innovativeness: Essence, Dimensions And Gender Differences**, **Humanities and Social Sciences**, 6, 98-109.

TÜRKİYE'DEKİ ÖZEL VE KAMU KATILIM BANKALARININ 2015-2020 DÖNEMİ KARLILIKLARININ ORAN ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ

Servet ÖNAL

Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İİBF,
İşletme Bölümü, Osmaniye, servetonal@osmaniye.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5452-6938>

Süleyman ERASLAN

Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi,
Bahçe MYO, Finans Ban. ve Sig. Böl., Osmaniye, seraslan@osmaniye.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5558-5435>

Hacı Afşin ÖZDOĞAN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi,
İİBF, İşletme Bölümü, ozdoganhaciafsin@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2790-7377>

Öz

Uluslararası literatürde İslami bankalar veya faizsiz bankalar olarak adlandırılan katılım bankaları, ülkemizde önceleri özel finans kurumları olarak adlandırılmıştır. Daha sonra Katılım bankaları adını almıştır. İnançlarından dolayı faize duyarlı olan bireyler tasarruflarını ticari bankalara yatırmaktan sakınmaktadır. Katılım bankalarının geleneksel bankalardan fonksiyonel olarak çok önemli farkları bulunmamakla birlikte yastık altı fonları yatırıma kazandırma işlemini farklı şekillerde gerçekleştirmektedir. İslam'a göre faizin haram olması sebebiyle kâr ve zarara katılma temeline göre faaliyette olan katılım bankaları hem ekonomik hem de sosyal işlevi birlikte sunmuşlardır. Bu çalışma ile, katılım bankası olarak faaliyette olan üçü özel üçü de kamu katılım bankası olmak üzere altı katılım bankasının 2015-2020 dönemine ait karlılıklarının oran analizi yöntemi kullanılarak incelenmesi amaçlanmıştır. Oran analiz tekniği işletmelerin mevcut durumu, yönetim yeterliliği, finansal kararlar gibi etmenlerin durumunu anlamaya yardımcı olmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler, katılım bankalarının internet sitelerindeki finansal tablolarından alınmıştır. Bu çalışmada her bir katılım bankasının incelenen oran analizlerine göre başarı ölçüleri ve sıralaması belirlenerek ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İslami Bankacılık, Katılım Bankaları, Oran Analizi.

INVESTIGATION OF THE PROFITABILITY OF PRIVATE AND PUBLIC PARTICIPATION BANKS IN TURKEY FOR THE 2015-2020 PERIOD BY RATIO ANALYSIS METHOD

Abstract

Participation banks, which are called as islamic banks or interest-free banks in the international literature were previously called as private financial

institutions in our country. Later, it became known as Participation banks. Individuals who are sensitive to interest because of their beliefs avoid investing their savings in commercial banks. Although participation banks do not have significant functional differences from traditional banks, they carry out the process of transforming mattress saving into investment in a different way. Participation banks, which operate on the basis of participating in profit and loss due to interest being forbidden according to Islam, have presented both economic and social duties together. In this study, it is aimed to compare the profitability of the six participation banks, three of which are private and three of which are public participation banks for the period of 2015-2020. Ratio analysis technique helps to understand the status of factors such as the current situation of the enterprises, management competence, financial decisions. The data used in the study were taken from the financial statements of the participation banks on their web sites. Ratio analysis method was used to express these success situations. In this study, success measures and rankings of each participation bank were determined according to the analyzed ratio analysis.

Keywords: Islamic Banking, Participation Banks, Ratio Analysis.

1.GİRİŞ

İslami finans, İslam hukukunun temel ilkelerine uymak için uygulanan bir finansal hizmet olarak tanımlanır. Buna karşılık, şeriatın ana kaynakları Kuran-ı Kerim, Hadis, Sünnet, İcma, Kıyas ve İçtihatır (Errico & Farahbaksh, 1998). Bir başka İslami finans tanımı şöyledir: "İslami finans kurumları, amaç ve işlemlerinde Kuran'ın ilkelerine (Müslümanların kutsal kitabının ilkelerine) dayalı olanlardır"(Gait & Worthington, 2007:4).

Temel yapısı faizsiz bankacılık modeli olan katılım bankacılığı sisteminde, mal ve hizmet hareketleri ile para işlemlerinin sıkı şekilde birbiriyle ilişkili olduğu, para hareketlerinin muhakkak bir ortaklık temelinde bir mal ve hizmete karşılık geldiği görülmektedir. Gelirlerin kâr zarar ortaklığı veya emek ve sermaye ortaklığı esasına göre paylaşıldığı bir sistem şeklinde ifade etmek mümkündür(Ersoy, Hazıroğlu, Görmüş ve Yabanlı, 2019:84).

İslami bankacılık olarak da bilinen katılım bankacılığı ekonomide farklı bir ihtiyacı karşılama adına ortaya çıkmıştır. İnançlarından dolayı faize duyarlı olan bireylerin tasarruflarını ekonomiye kazandırmak için katılım bankacılığı sistemine gerek duyulmuştur. Katılım bankaları ticari bankalardan farklı bir şekilde yeni finansal araçlarla piyasaya girmekle önemli bir rol oynamıştır. Bu açıdan katılım bankaları ile ticari bankalar rakip olmaktan ziyade birbirini tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir(Görmüş, Yardımcıoğlu, Özdemir, Durmuş ve Bektaş, 2015:1). İslam'ın ekonomik prensiplerine göre ekonomiyi geliştirme amacı üzerine kurulan katılım bankaları faizsiz bir şekilde riskin ve gelirin paylaşılması ve İslami kurullarla ters olmayan ticaretin hakim olduğu bir piyasa oluşumunu sağlamaktır (Alpun, 2017:1). Bankacılık sistemi içerisinde yer alan bankalar, temel olarak faizli ve faizsiz bankalar olarak iki ana grup altında değerlendirilebilir. Faizli bankaların çalışma esasları, alınan ve ödenen faizler iken, faizsiz bankaların çalışma esasları ise, kâr payı ve kira gelirleridir.

Katılım bankaları alternatif finans hizmetleri sunan, reel ekonomiye kaynak sağlayan ve bankacılık hizmeti sunan kurumlardır. Genel bankacılık

hizmetleriyle birlikte, birikim sahiplerinden topladıkları tasarrufları, faizsiz bankacılık prensiplerine göre finans sektörüne kaynak aktararak, elde edilen kazanç veya zararları birikim sahipleriyle paylaşmaktır (Tunç, 2000:13). Katılım bankalarında faizin olmaması şartı vardır. Faizsiz sistemin temelinde kar ve zarara katılma esasına göre fon toplamak ve sabit bir kazanç taahhüdünde bulunmamak gerekir. Çünkü sabit kazanç taahhüdünde bulunmak faizin varlığına işaret etmektedir. Elde edilen fonların İslami ölçülere uygun yatırım araçlarına yatırılması sürecinde ortaya çıkacak risklerin paylaşımı esas alınmaktadır. Bu sistemde müşteriye nakit kredi vermeyip gereksinim duyulan malı satıcılardan peşin alıp üzerine karını ekleyerek vadeli satmak vardır.

1983 tarihinde Özel Finans Kurumları adıyla ilk kurumsallaşma süreci başlamıştır. Bu şekilde tasarruflarını faizsiz esasa uygun olarak değerlendirmek isteyenler ile finans gereksinimlerini temine çalışan girişimciler, kaynak temini ve yatırım araçlarında alternatif seçeneklere kavuşmuşlardır (Ersoy vd, 2019:123). 2005 yılında 5411 Sayılı Bankacılık Kanunuyla "Katılım Bankası" şeklinde isimlendirilmiş ve banka niteliğine kavuşmuştur. Fon sağlama fonksiyonunu borç alma-verme şeklinde yürüten ve faizsiz bankacılık temeli üzerinde faaliyet sürdüren bankalar, katılım bankası olarak adlandırılmaktadır (Ersoy vd,2019:26). Kurulduğundan bu yana sürekli gelişme gösteren özel katılım bankaları, 2015 yılında kamu katılım bankalarının sektöre girişiyle birlikte farklı bir ivme kazanmıştır. Çalışmada 2015-2020 döneminin seçilmiş olması ile hem güncel bilgilere yer vermek hem de kamu katılım bankaları ile özel katılım bankaları arasında karşılaştırmalı inceleme yapmak amaçlanmıştır. Ayrıca 2019 ve 2020 yıllarında katılım bankalarının pandemi krizi dolayısıyla ne şekilde etkilendiğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

2.LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde konuyla ilgili hem yurt içi hem de yurt dışı çalışmalar hakkında katılım bankalarının performanslarını oran analizi yöntemi ile değerlendirmek üzere araştırma yapılmıştır.

Tetik ve Şahin (2020), yapılan çalışmada faizsiz bankacılığın sadece İslam ülkelerinde değil aynı zamanda diğer ülkelerde de popüler olduğunu gözlemlemişlerdir. Faizsiz finans sektöründe yer alan Katılım Bankacılığı, normal bankacılık sektörü içinde kendine yer bulamayan atıl fonların finans sektörüne kazandırılmasını sağlamıştır. Aynı zamanda katılım bankaları yoluyla adaletli gelir dağılımı, reel sektöre kaynak sağlama, yastık altında bulunan kaynağın ekonomiye aktarılması ve istihdam sağlama gibi önemli faydalar oluşturmaktadır. 2011-2019 yıllarını kapsayan çalışmada katılım bankalarının finansal performansları TOPSİS yöntemiyle analiz edilmiştir. Katılım bankalarının bankacılık sektörü içinde artan bir trend içinde büyüdüğü gözlemlerine rağmen arzulanan büyüklüklere henüz ulaşmamıştır. Katılım bankalarının istenilen pazar büyüklüğüne ulaşması için öz kaynak yapısının güçlü olması ve toplanan fonların en karlı bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu sektörün gelişmesi için faizsiz bankacılık konusunda tecrübeli İslam ülkelerinden yeni finansal enstrümanların ülkemize uyumu acil bir şekilde sağlanması gerekliliği belirtilmiştir.

Akyüz vd. (2020), yapılan çalışmada Türkiye'deki beş katılım bankasının 2013 ile 2017 yıllarına ait CAMELS analizi yapılarak finansal performansları ölçülmeye çalışılmıştır. Analiz sonucunda, küresel olarak yaşanan gelişmelerin diğer sektörlerde olduğu gibi katılım bankacılığı üzerinde de etkileri olmuştur. Katılım bankaları; sermaye yapılarının korunması, kredilere önem verilmesi, krizleri etkin bir şekilde yönetebilmesi, devamlıklarını sürdürebilmesi için karlarını artırmaları gerektiği ifade edilmiştir.

Arslan vd. (2020), bu çalışmada Afganistan'da faaliyet gösteren daha önceleri geleneksel bir banka iken daha sonra Islamic Bank of Afghanistan adını alan bankanın 2009-2019 dönemlerine ait finansal tabloları, finansal oran analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda bankanın yapısının değişmesiyle finansal performansında önemli ölçüde olumlu manada değişiklikler olduğu (varlıkların ve öz kaynakların getirisi, ödeme gücü, kaldıraç ve likidite oranlarında artışlar) gözlemlenmiştir.

Önal ve Mat (2017), bu çalışmada özel katılım bankalarından Kuveyt Türk, Albaraka Türk ve Türkiye Finans kurumlarının 2014-2016 dönemine ait karlılıkları karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda bankaların öz kaynak karlılıkları ve aktif karlılıklarında düşme eğilimi gözlemlenmiştir. Kuveyt Türk kurumunda hem öz kaynak karlılığı hem de aktif karlılığında artış olduğu görülmüştür. İnceleme yapılan dönemde Albaraka Türk karlılık oranlarında ikinci sıradadır. Üçüncü ve son sırada ise Türkiye Finans en düşük oranlara sahiptir. Özel katılım bankalarının bu düşme eğiliminin sebebi olarak kamu katılım bankalarının piyasaya girmesi ve pazar paylarını artırmaları olduğu ifade edilmiştir.

Parlakkaya ve Çürük (2011), bu çalışmada Türkiye'deki ticari bankalar ile katılım bankalarındaki finansal oranların birbirlerinden farklılıkları ayırt edilmeye çalışılmıştır. Karlılık ve likidite oranlarının hem ticari hem de katılım bankaları için ayırt edici özellik şeklinde kullanılabileceğini ortaya koymuştur. Burada t-testi ve regresyon metotları kullanılmış iki banka türü için de faaliyetlerin birbirinden farklılığı ifade edilmiştir. Katılım bankalarının sektör içindeki payının sadece %5 olduğu bu durumda mevduat toplama ve kredi kullandırmada henüz yeterli düzeye ulaşmadığı söylenmiştir. Kullandıkları alternatif yatırım araçları yoluyla kar elde etmişlerdir. Mevduat toplamada ve kredi kullandırmada geleneksel bankaların düzeyine henüz ulaşamadığı ifade edilmiştir.

Yudistira (2004), 18 İslami banka üzerinde yapılan çalışmada, Veri Zarflama Analizi kullanılarak verimlilik ölçümleri yapılmıştır. Yapılan çalışmada İslami bankaların verimliliklerinin geleneksel bankalarla karşılaştırıldığında oldukça düşük olduğunu göstermiştir. Parametrik olmayan teknik ve regresyon analizi ile desteklenen çalışmada İslami bankalar Orta Doğu bölgesinde, bölge dışındaki muadillerine göre daha az verimli olduğu tespit edilmiştir.

Ansari & Rahman (2011), bu çalışmada katılım bankalarının geleneksel bankalarla karşılaştırılmasına göre daha likit, daha düşük riskli ve operasyonel olarak verimli olduğu sonucuna varılmıştır.

Ariff (1988), bu çalışmada, İslami bankacılığın ihmal edilebilir veya sadece geçici bir olgu olmadığını açıkça ortaya koymaktadır. İslami bankaların büyümeye ve genişlemeye devam edeceklerine dair işaretlerin varlığı tespit edilmiştir. İslami bankacılıkta mevcut finansal ağa daha fazla çeşitlilik katabilecek bazı yenilikçi fikirler bulunabilmesinin önemli olduğu fikri ortaya konmuştur. Yazarın yaptığı bir başka çalışmada, İslami bankaların performansını ölçmede kullanabileceği altı oran; maliyet etkinliği, gelir verimliliği ve kâr verimliliği şeklindedir (Bader, Shamsar, Ariff, Shah 2008). Bu oranlar şunlardır: (1) maliyet-gelir oranı (CITR); (2) ortalama varlıklar için net faiz gideri; (3) net faiz marjı (NIM); (4) ortalama varlıklar kadar diğer işletme gelirleri; (5) ortalama varlık getirisi (ROAA) ve (6) ortalama öz sermaye getirisi (ROAE).

Viverita (2011), Endonezya İslami banka endüstrisinin önemli gelişimi, büyüklüğü üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Örneğin, 2009 yılında İslami bankaların toplam aktifleri, %41,07 büyürken geleneksel bankaların ise sadece % 9,68 olarak büyüdüğü tespit edilmiştir. İslam'a dayalı bankacılık sektörünün önemli ölçüde büyümesi düşünüldüğünde, iyi performansı sürdürmesi önemlidir. Ayrıca büyük ve küçük bankalar arasındaki performans farkı da incelenmiştir. İslami bankaların geleneksel bankalardan daha az deneyime sahip olmalarına rağmen, geleneksel bankalardan daha fazla gelir ve kâr elde edebildiklerini göstermiştir.

Hassan (2003), yapılan bu çalışmada, İslami Bankalarda bankacılık özellikleri ile performans ölçümleri arasındaki ilişkiye biraz ışık tutmaktadır. Birincisi, İslami bankaların karlılık ölçütleri, sermaye artışlarına olumlu, kredi oranlarına olumsuz tepki vermektedir. Sonuçlar, daha büyük öz sermaye / toplam varlık oranının daha fazla kar marjına yol açtığını ortaya koymuştur. İkincisi, sonuçlar aynı zamanda tüketici ve kısa vadeli finansmanın, faiz getirmeyen varlıkların ve bankaların karlarını artırmada ek yükün önemini de göstermektedir. Üçüncüsü, sonuçlar banka performansının belirlenmesinde düzenleyici vergi faktörlerinin önemli olduğunu göstermektedir. Dördüncüsü, elverişli makroekonomik ortamın performans ölçütleri daha yüksek GSYİH büyüme oranının daha yüksek karları teşvik etmesidir.

Hawary (2004), yapılan çalışma ile dünyada 200 milyar doları aşan, yılda %10'dan fazla hızla büyüyen ve muhtemelen küresel GSYİH'nin %10'una yakın bir pazar potansiyeline sahip bir sektörün varlığından bahsedilmektedir. Çalışma özellikle, düzenlemenin getirilmesi için çeşitli gerekçeleri ve bunların yapılandırılması için çıkarımları tartışmaktadır. Mevcut IFI (İslami Finans Enstitüsü) düzenlemesini göz önünde bulundurarak, hakim aracılık uygulamalar, geleneksel bankalara kıyasla sermaye gereksinimi, denetim şeffaflık ve ifşa konusunda daha büyük vurgu ihtiyacına işaret etmektedir. İslami finansın temel ilkeleri ile uyumlu olabilecek olası bir vizyonun unsurlarını özetlemektedir. Özellikle, çeşitli platformlarda veya kurumlarda İslami aracılığın işlevlerini düşünmeyi hak ediyor denilmektedir.

Hassoune (2002), çalışma sonucunda İslami bankaların, aynı bilanço yapısına sahip geleneksel emsallerinden kesinlikle daha karlı olduğu belirtilmiş, böyle bir farklılığın temel nedenin ise İslami bankaların bir piyasa eksikliğinden yararlanmaları olduğu ifade edilmiştir.

Şendurur ve Temelli (2018), yapılan çalışmada CAMEL modeline göre Türkiye’de faaliyet yapan katılım bankaları 2010-2016 dönemi karşılaştırmalı analiz yapmış ve geleneksel bankaların katılım bankalarından performansının daha iyi olduğu tespit edilmiştir. Henüz katılım bankacılığının gelişme aşamasında olduğu söylenebilir. Katılım bankaları geleneksel bankalara alternatif olmakla birlikte tamamlayıcı fonksiyonu ve finans sistemine dahil olmayan fonların ekonomiye kazandırılması yönünde önemli olmuştur. Bu açıdan ülkemizde katılım bankacılığının geliştirilmesi yönünde tedbirler alınması ve düzenleme yapılması gerekliliği ifade edilmiştir.

Esmer ve Bağcı (2016), yapılan çalışma ile 2005 ve 2014 yılları arasındaki katılım bankalarının finansal sonuçları ölçülmüştür. Bu analizlerde katılım bankalarında kriz yönetimi, likidite problemleri, iflas gibi olumsuzluklara karşı önceden hazırlık yapmasına imkan sağlamak şeklinde faydaları olduğu ifade edilmiştir.

Gökşen ve Gönen (2017), yapılan bu çalışmada müşteri gözüyle katılım bankacılığı ile geleneksel bankacılık faaliyetleri arasında ciddi bir fark olmadığı ifade edilmiştir. Banka müşterilerinin bankayı tercih ederken sosyal sebeplerden ziyade ekonomik çıkarlarını öncelikli tuttıkları ifade edilmiştir. Ayrıca katılım bankacılığı faaliyetleri ve tanıtımının yeterli düzeyde yapılmadığı ifade edilmiştir.

Yıldırım ve Çakar (2018), yapılan çalışmada, KOBİ'lerin İslami bankacılık kullanımını etkileyen faktörler incelenmiştir. İslami bankacılık tercihinin arkasındaki faktörleri belirlemek amacıyla geliştirilen anket Çorum'da faaliyet gösteren 482 KOBİ'ye uygulanmıştır. KOBİ'lerin İslami bankacılık kullanımını etkileyen faktörler test edilmiştir. Modelin bir parçası olarak dört hipotez geliştirilmiştir. Buna göre algılanan hizmet kalitesi, algılanan dini duyarlılık, algılanan tanıma, algılanan İslami bankacılığı kullanma niyeti üzerindeki etkileri açısından şeffaflık ve güvenilirlik araştırılmıştır. İslami bankaların daha etkin olabilmeleri için, banka ürün çeşitliliğini artırmak, şube ve ATM sayısını artırmak, cazip kredi ve ödeme imkânları gibi kampanyalar düzenleme gerekliliğini anlatmıştır.

Ülkemizde faizsiz bankacılık 1970’li yıllarda ortaya çıkmıştır. Bu amaçla 1975 yılında Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası kuruldu. Ancak bu başarısız uygulamadan sonra 16 Aralık 1983 tarihli Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile faizsiz bankacılık faaliyetlerine müsaade verilmiştir. Bu kurumlara Özel Finans Kurumları denilmiştir. Bu kurumlar 19/10/2005 tarihinde Katılım Bankaları olarak adlandırılmıştır (Kaya, 2012:167).

2015 yılı itibarıyla kamu katılım bankalarının de faaliyete geçmesi nedeniyle özel ve kamu katılım bankalarının performans açısından karşılaştırılması yapılmaktadır. Yastık altı fonların ekonomiye kazandırılması amacıyla kurulmuş olan katılım bankacılığında ne kadar yol alındığının ortaya koyulması amaçlanmıştır.

3.VERİLER VE YÖNTEM

Bu çalışmada 2015-2020 yıllarında Türkiye'de faaliyette olan özel ve kamu katılım bankalarının verileri incelenmiştir. Bankaların performanslarının ölçülmesinde ve değerlendirilmesinde oran analizi, anlaşılır ve basit olması sebebiyle yaygın olarak kullanılmaktadır (Bumin, 2009:44). Bu çalışmada oran analizleri yöntemi kullanılmış ve oranların hesaplanmasında kullanılan veriler bankaların kendi sitelerinde yayınladıkları finansal tablolardan alınmıştır. Bu çalışmada kullanılan finansal oranlar şunlardır;

- Öz kaynakların Karlılığı (Dönem Net Karı / Öz kaynaklar)
- Aktiflerin Karlılığı (Dönem Net Karı / Aktif Toplamı)
- Şube Başına Net Kar (Dönem Net Karı / Şube Sayısı)
- Sermaye Yeterlilik Oranı (Öz kaynaklar / Aktif Toplamı)
- Net Kar Payı Gelirleri / Aktif Toplamı
- Kar Payı Dışı Gelirleri / Aktif Toplamı
- Faaliyet Gelirleri / Aktif Toplamı

Öz kaynakların Karlılığı: İşletme sahiplerinin koydukları sermayenin ne kadar etkili bir şekilde kullanıldığını görmelerini sağlar. Bir başka ifadesi de işletmenin yönetim performansını gösterir(www.kosgeb.gov.tr).

Aktiflerin Karlılığı: Bir şirketin sahip olduğu aktif toplamının ne kadar karlı olduğunu gösteren orandır. Aktif karlılığı şirket varlıklarının ne kadar iyi yönetildiğinin göstergesidir (Akgül, 2020:994).

Şube Başına Net Kar : Bankalarının performansları incelenirken faaliyet gösteren banka sayısının yanı sıra şube ve personel sayısının da ele alınması, değerlendirmelerde önem taşımaktadır (Emir ve Atukalp, 2018:581). Şube başına net kar bankaların kendi şubeleri arasında performans değerlendirilmesinde de bir araç olarak kullanılmaktadır.

Sermaye Yeterlilik Oranı: Bankaların asgari sermaye bulundurmalarına dair yasal dayanak, 5411 sayılı Bankacılık Kanununun 45. maddesinde zikredilen 'Bankalar, %8 oranından az olmamak üzere belirlenecek sermaye yeterliliği oranını hesaplamak, tutturmak, idame ettirmek ve raporlamak zorundadır' amir hükmüdür (Geçer, 2015:90). Bankaların öz kaynakları ile kredi, piyasa ve operasyonel risklerini karşılama gücünü göstermektedir.

Net Kar Payı Gelirleri/Aktif Toplamı: Katılım bankalarının esas faaliyetlerinden elde ettiği gelirlerin, toplam aktiflerle oranlanmasıyla ölçülen bir değerlendirme kriteridir (Karaayhan, 2008:93).

Kar Payı Dışı Gelirleri / Aktif Toplamı: Katılım bankalarının kar payı dışı gelir düzeyleri ile finansal performansları arasındaki etkileşimi incelemektir (Uzun ve Berberoğlu, 2019:240).

Faaliyet Gelirleri / Aktif Toplamı: Katılım bankalarında esas faaliyet konusu gelirlerinin etkinliğini ölçmeye yarayan bir orandır.

4. BULGULAR

Tablo 1: Öz Kaynak Karlılığı (Dönem Net Karı / Öz kaynaklar) (%)

Öz kaynak karlılığı	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ortalama
---------------------	------	------	------	------	------	------	----------

Vakıf Katılım	6,14	2,17	12,47	21,38	16,6	13,9	12,11
Ziraat Katılım	1,8	4,01	11,32	14,61	16,32	14,8	10,48
Albaraka Türk	14,4	9,55	9,55	3,99	1,66	6,3	7,58
Kuveyt Türk	13,07	13,85	14,68	15,99	16,27	17,51	15,23
Türkiye Finans	7,78	8,09	9,24	10,29	7,83	12,3	9,26
Emlak Katılım*	*	*	*	49,41	3,85	5,24	19,50
Ortalama	8,64	7,53	11,45	19,28	10,42	11,68	12,36

Kaynak: Katılım Bankalarının sitelerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

(www.ziraatkatilim.com.tr), (www.vakifkatilim.com.tr), (www.albaraka.com.tr)

(www.turkiyefinans.com.tr),

(www.emlakkatilim.com.tr),

(www.kuveytturk.com.tr). Erişim Tarihi: 03.05.2021.

Veriler incelendiğinde 2015-2016 yıllarında sektöre yeni giren kamu ziraat ve vakıf katılım bankalarının öz kaynak karlılıkları ilk yıllarda istikrarlı olmasa da daha sonraki yıllar itibarıyla yükselişlerini sürdürmüştür. Altı yıllık veriler göz önünde bulundurulduğunda ortalama Öz kaynak karlılığında emlak katılım ilk sırada yer almakla birlikte 2019 ve 2020 yıllarında düşme eğilimine girdiği görülmektedir. İstikrar sergileyen Kuveyt Türk ortalama % 15,23 ile ikinci sırada yer alırken 2020 yılında en başarılı sonucu elde etmiştir, vakıf katılım % 12,11 ortalama ile üçüncü sırada yer almaktadır. Albaraka Türk ise %7,58 ile en düşük ortalama sahip olduğu görülmektedir.

İncelenen bankaların öz kaynak karlılığına bakıldığında Vakıf Katılımda 2019 yılına kadar artış olmuş ancak 2019 ve 2020 yıllarında pandemi krizinin etkileri nedeniyle bir düşüş görülmüştür. Vakıf Katılım 2020 yılına kadar öz kaynak karlılığı artışı sağlamış ancak 2020 yılında bir düşüş söz konusu olmuştur. Albaraka 2015 yılından itibaren öz kaynak karlılığı oranlarında sürekli bir düşüş yaşamış ancak 2020 yılında toparlanmaya başlamıştır. Kuveyt Türk krize rağmen öz kaynak karlılığını sürekli büyütmeyi başarmıştır. Türkiye Finans öz kaynak karlılığında sadece 2019 yılında düşüş yaşamış diğer yıllarda gelişimini devam ettirmiştir. Emlak Katılım 2018 yılında iyi bir başlangıç yapmış ancak 2019 ve 2020 yıllarında ciddi düşüşler yaşamıştır.

Tablo 2: Aktiflerin Karlılığı (Dönem Net Karı / Aktif Toplamı)

Aktif Karlılık	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ortalama
Vakıf Katılım	6,11	0,41	1,05	1,56	1,07	1,25	1,91
Ziraat Katılım	0,55	0,39	1,11	1,45	1,42	10,61	2,59
Albaraka Türk	1,02	0,66	0,65	0,32	0,12	0,37	0,52
Kuveyt Türk	1,06	1,12	1,18	1,17	1,06	0,92	1,09
Türkiye Finans	0,68	0,76	0,96	0,95	0,72	0,83	0,82

[*] Emlak katılım 2018 yılında faaliyetine başlamıştır.

Emlak Katılım	*	*	*	48,18	0,48	0,4	16,35
Ortalama	1,88	0,67	0,99	8,94	0,81	2,4	3,88

Kaynak: Katılım Bankalarının sitelerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

İncelemeye alınan katılım bankalarının aktif karlılıkları incelendiğinde Emlak katılımının 2018 yılında % 48,18 yüksek bir oranla başladığını ancak sonraki yıllarda bu başarısını devam ettiremediği görülmektedir. 2015-2020 yılları arası verileri göz önünde bulundurulduğunda Kamu Katılım bankası olan Ziraat Katılımın ortalama %2,59 olarak aktif karlılıkta iyi bir performans gösterdiği görülmektedir. 2019 yılında %1.42 olan aktif karlılığını 2020 de % 10,61 seviyesi ile önemli bir başarı elde etmiştir. Vakıf Katılım ortalama % 1,91 oranıyla üçüncü sırada yer almıştır. Albaraka Türk Öz kaynak karlılığında olduğu gibi, aktif karlılıkta da %0,52 oranıyla en düşük değere sahip olduğu görülmektedir.

Aktif karlılığı açısından en başarılı olan Ziraat Katılım 2019 yılına kadar yükseliş göstermiş, 2019 yılında durağan bir sürece girmiş ve 2020 yılında 10,61 oranı ile en başarılı bir şekilde yoluna devam etmiştir. Vakıf Katılım bu süreçte dalgalı bir eğilim göstermiş 2019 kriz döneminde bir düşüş yaşamış ancak 2020 yılında toparlanmaya başlamıştır. Emlak Katılım 2018 yılında önemli bir başarı elde etmiş olsa da 2019 ve 2020 yıllarında ciddi azalışlar yaşamıştır. Ziraat katılım 2020 yılında aktif karlılığı açısından önemli artışlar sağlamıştır.

Tablo 3: Şube Başına Net Kar (Dönem Net Karı / Şube Sayısı) (BİN TL)

Şube Başına Net Kâr	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ortalama
Vakıf Katılım	*	633,87	2.192,57	3.590,97	3.123,91	5.748,84	3058,03
Ziraat Katılım	544,63	697,11	2.522,25	4.033,31	5.556,29	6.260,00	3268,93
Albaraka Türk	1.422,53	1.021,63	1.077,69	582,46	275,77	219,30	766,56
Kuveyt Türk	1.238,66	1.407,70	1.693,44	2.100,99	2.581,01	3.248,91	2045,12
Türkiye Finans	912,85	1.035,81	1.307,87	1.453,43	1.219,91	1.993,15	1320,50
Emlak Katılım	*	*	*	*	4.090,90	1.661,94	2.876,42
Ortalama	1.029,67	959,22	1758,76	2.352,23	2807,97	3.188,69	2.222,59

Kaynak: Katılım Bankalarının sitelerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

* şubesi veya faaliyeti yoktur.

Katılım bankalarında, şube başına düşen ortalama karları incelendiğinde genel olarak yükselen bir eğilim görülmektedir. Sadece Emlak katılım verilerinde 2020 yılında bir düşüş olmuştur. Şube başına karlılıkta ziraat katılım en başarılı sonucu elde etmiş, Vakıf Katılım ikinci Emlak Katılım üçüncü sırada yer almıştır. Özel katılım bankaları içerisinde şube başına düşen ortalama karlılık açısından Kuveyt Türk ilk sırayı almıştır. Albaraka Türk ortalama değeriyle en düşük şube başına kar oranına sahiptir.

Şube başına karlılık oranları incelendiğinde 2019 ve 2020 kriz dönemleri de dahil olmak üzere Ziraat Katılım yükselişini devam ettirmiş ve 2018, 2019 ve 2020 yılında en başarılı sonucu elde etmiştir.

Tablo 4: Sermaye Yeterlilik Oranı [Öz kaynaklar/Toplam Varlıklar] (%)

Sermaye Yeterlilik Oranı	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ortalama
Vakıf Katılım	99,49	18,72	8,39	7,3	6,46	9,02	24,90
Ziraat Katılım	30,52	9,61	9,78	9,96	8,7	6,2	12,46
Albaraka Türk	7,12	6,94	6,85	7,96	7,44	5,83	7,02
Kuveyt Türk	8,09	8,07	8,04	7,33	6,53	5,25	7,22
Türkiye Finans	8,7	9,44	10,39	9,19	9,21	6,75	8,95
Emlak Katılım	*	*	*	97,52	12,59	7,55	39,22
Ortalama	30,78	10,56	8,69	23,21	8,49	6,77	16,63

Kaynak: Katılım Bankalarının sitelerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

Bankalarda sermaye yeterlilik oranı faaliyetlerin güvenle sürdürülebilme açısından büyük önem arz etmektedir. İncelenen katılım bankalarının ortalama sermaye yeterlilik oranına bakıldığında zaman zaman emlak katılımının ilk sırada olduğu anlaşılmaktadır. Vakıf Katılım % 24,90 ile ikinci sırada yer almaktadır. %12,46 oranı ile ziraat katılım üçüncü sırada yer almıştır. Albaraka Türk sermaye yeterlilik oranı bakımından % 7,02 oranı ile en düşük seviyede kalmıştır. Bütün katılım bankalarının sermaye yeterlilik oranlarında 2019 ve 2020 kriz dönemlerinde azalış olurken sadece Vakıf Katılım 2020 yılında tekrar yükselişe geçmiştir.

Tablo 5: Net Kar Payı Gelirleri/ Aktif Toplamı Oranı (%)

Net Kar Payı Gelirleri/ Aktif Toplamı	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ortalama
Vakıf Katılım	1,17	2,11	1,98	2,93	2,24	3,19	2,27
Ziraat Katılım	3,14	2,63	3,09	3,9	3,76	0,70	2,87
Albaraka Türk	3	3,12	3,5	2,41	2,03	0,77	2,47
Kuveyt Türk	3,49	3,44	3,74	4,24	3,35	4,08	3,72
Türkiye Finans	3,64	3,89	3,71	3,71	3,7	5,54	4,03
Emlak Katılım	*	*	*	18,77	2,34	4,00	8,37
Ortalama	2,89	3,04	3,2	5,99	2,9	3,05	3,96

Kaynak: Katılım Bankalarının sitelerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

Bu oran, ekonomik olarak fonların toplanması ve bu fonların etkin şekilde kullanma başarısını ortaya koymaktadır. Söz konusu katılım bankalarının bu oranlarına bakıldığında Emlak Katılım ilk sırada, Türkiye Finans ikinci sırada kalarak dikkat çekmiştir. Kuveyt Türk üçüncü sırada yer almıştır. Ziraat Katılım ise burada son sırada yer almıştır.

Emlak Katılım net kar payı gelirlerinde ortalama olarak en yüksek değere sahip olsa da 2019 yılında ciddi bir azalış yaşamış ancak 2020 yılında sektör ortalamasının üzerine çıkarak toparlanmıştır. Türkiye Finans 2019 da net kar payı gelirlerinde durağan bir dönem yaşamış olsa da 2020 yılı itibarıyla en başarılı sonucu almıştır. Böylece kriz dönemlerini iyi yönettiği ifade edilebilir. Benzer şekilde Kuveyt Türk 2019 yılında net kar payı gelirlerinde bir düşüş yaşamış olsa da elde ettiği sonuç sektör ortalamasının üzerinde gerçekleşmiştir. 2020 yılı itibarıyla ise tekrar yükselişe geçerek ikinci sırayı almıştır. Bu bakımdan Kuveyt Türk' de kriz dönemini başarı ile yönettiği söylenebilir. Vakıf Katılımda 2019 yılında bir düşüş görülse de yine sektör ortalaması üzerinde yer almış ve 2020 yılında tekrar yükselişe geçerek başarısını devam ettirmiştir. Vakıf Katılımın da kriz dönemlerini başarılı bir şekilde yönettiği ifade edilebilir. Ziraat katılım 2020 yılına kadar başarı grafiğini korumuş ancak 2020 yılında ciddi bir kayıp yaşamıştır. Albaraka Türk de 2019 ve 2020 yıllarında önemli kayıplar yaşamış ve krizden olumsuz bir şekilde etkilenmiştir.

Tablo 6: Kar Payı Dışı Gelirler / Aktif Toplamı (%)

Kâr Payı Dışı Gelirler/ Toplam Aktif	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ortalama
Vakıf Katılım	0	0,02	0,09	0,18	0,38	0,98	0,33
Ziraat Katılım	0,83	2,28	3,75	1,14	0,94	0,15	1,52
Albaraka Türk	1,02	1,06	0,87	2,17	2,27	0,34	1,29
Kuveyt Türk	1,19	1,28	1,26	1,97	2,42	0,52	1,44
Türkiye Finans	0,75	1,43	1,18	1,77	1,87	0,09	1,18
Emlak Katılım	*	*	*	24,7	0,6	0,23	8,51
Ortalama	0,76	1,21	1,43	5,32	1,41	0,39	1,75

Kaynak: Katılım Bankalarının sitelerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

Bu oranlar incelendiğinde dalgalı bir hareket olduğu görülmektedir. İnceleme yapılan dönemde ortalama oranlar açısından Emlak Katılım ilk sırada yer alırken, Ziraat Katılım ikinci sırada yer almıştır. Kuveyt Türk üçüncü sırada yer almıştır. Vakıf Katılım kâr payı dışı gelirlerinin aktif toplamına oranında son sırada yer almıştır. Kar payı dışı gelirler bakımından 2015 yılında ilk sırada Kuveyt Türk, 2016 ve 2017 de Ziraat Katılım, 2018 de Emlak Katılım, 2019 da Albaraka Türk ve 2020 de Vakıf Katılım ilk sırada yer almıştır.

Tablo 7: Faaliyet Gelirleri/Toplam Aktif (%)

Faaliyet Gelirleri / Toplam Aktif (%)	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ortalama
Vakıf Katılım	1,17	2,13	2,06	3,11	2,63	1,12	1,84
Ziraat Katılım	3,97	4,91	6,84	5,04	4,7	0,14	4,27
Albaraka Türk	4,02	4,18	4,37	4,59	4,29	0,47	3,65
Kuveyt Türk	4,69	4,73	4,99	6,21	5,77	1,22	4,60
Türkiye Finans	4,39	5,32	4,9	5,48	5,57	1,07	4,46
Emlak Katılım	*	*	*	43,47	2,94	1,13	15,85
Ortalama	3,65	4,25	4,63	11,32	4,32	0,86	

Kaynak: Katılım Bankalarının sitelerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

Faaliyet gelirleri ile aktif toplamı arasındaki ortalama oranlar incelendiğinde Emlak Katılımın ilk sırada olduğu görülmektedir. Kuveyt Türk ikinci, Türkiye Finans üçüncü sırada yer almaktadır. Vakıf Katılım ise son sırada yer almaktadır. Faaliyet gelirlerinin aktif toplamına oranları yıllar itibarıyla incelendiğinde 2015 yılında Kuveyt Türk, 2016 ve 2017 yılında Ziraat Katılım, 2018 yılında Emlak Katılım, 2019 ve 2020 yılında Kuveyt Türk ilk sırayı almıştır. 2019 ve 2020 kriz döneminde bütün katılım bankalarında önemli gerileme olmakla birlikte bu süreçte Kuveyt Türk en başarılı sonucu elde etmiştir.

Tablo 8: Oranların Yıl Ortalamaları (%)

Oranların Ortalamaları	Yıl	Vakıf Katılım	Ziraat Katılım	Albaraka Türk	Kuveyt Türk	Türkiye Finans	Emlak Katılım	Ortalama
Öz Kaynak Karlılığı		12,11	10,48	7,58	15,23	9,26	19,50	12,36
Aktif Karlılığı		1,91	2,59	0,52	1,09	0,82	16,35	3,88
Şube Başına Net Kar (Bin TL)		3058,03	3268,93	766,56	2045,12	1320,50	2.876,42	2.222,59
Sermaye Yeterlilik Oranı		24,90	12,46	7,02	7,22	8,95	39,22	16,63
Net Kar Payı Gelirleri/Toplam Aktifler		2,27	2,87	2,47	3,72	4,03	8,37	3,96
Kar Payı Dışı Gelirler/Toplam Aktifler		0,33	1,52	1,29	1,44	1,18	8,51	1,75
Faaliyet Gelirleri/Toplam Aktifler		1,84	4,27	3,65	4,60	4,46	15,85	4,84

Kaynak: Katılım Bankalarının sitelerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

Tablo 8'de katılım bankalarının tabloda ifade edilen dönemlerdeki ortalama değerleri gösterilmiştir. Buna göre katılım bankalarında ortalama öz kaynak karlılığı oranı %12,36'dır. Son altı yıllık kamu ve özel katılım bankalarının değerleri göz önünde bulundurulmuştur. Buna göre katılım bankaların da öz kaynak karlılığı hususunda % 19,50 oranı ile Emlak Katılım ilk sırada, %15,23 ile Kuveyt Türk ikinci, %12,11 ile Vakıf Katılım üçüncü, %7,58 ile Albaraka Türk son sırada yer almaktadır.

Aktif Karlılık Oranı incelendiğinde ise ilk sırayı %16,35 oranı ile Emlak Katılım, ikinci sırayı %2,59 ile Ziraat Katılım, üçüncü sırayı %1,91 ile Vakıf Katılımın aldığı görülmektedir. Son sırada ise %0,52 ile Albaraka Türk yer almaktadır.

Şube başına kar rakamlarında ise 3.268.930 TL ile Ziraat Katılım ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırayı 3.058.030 TL ile Vakıf Katılım, üçüncü sırayı 2.876.420 TL ile Emlak Katılım almıştır. 766.560 TL ile Albaraka Türk son sırada yer almaktadır.

Sermaye yeterlilik oranına bakıldığında ise %39,22 ile Emlak Katılım ilk sırada yer almakta, ikinci sırada %24,96 ile Vakıf Katılım, üçüncü sırada %12,46 ile Ziraat Katılım vardır. Son sırada %7,26 oranıyla yine Albaraka Türk yer almıştır.

Net kâr payı gelirleri ile aktif toplamı arasında %8,37 oranı ile Emlak Katılım, ilk sırada yer almıştır. %4,03 oranı ile Türkiye Finans ikinci sıradadır. %3,72 oranı ile Kuveyt Türk üçüncü sıradadır. Vakıf Katılım ise burada diğer değerlerin aksine %2.27 oranı ile en sonda yer almıştır.

Kâr payı dışı gelirleri ile aktif toplamı arasındaki orana bakılırsa %8,51 ile Emlak Katılım ilk sırada yer almıştır. %1,52 oranı ile Ziraat Katılım ikinci, %1,44 oranı ile Kuveyt Türk üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Son sırada ise %0,33 oranı ile Vakıf Katılım yer almaktadır.

Faaliyet gelirlerinin toplam aktiflere oranı incelendiğinde %15,85 oranı ile Emlak Katılım ilk sırada yer almıştır. %63 oranı ile Kuveyt Türk ikinci sırada, %4,46 oranı ile Türkiye Finans üçüncü sırada yer almaktadır. Vakıf katılım ise %1,84 oranı ile son sırada yer almıştır.

5.SONUÇ

Katılım bankacılığının kuruluş amaçları içerisinde inanç hassasiyetleri dolayısıyla ticari bankalara tasarruflarını yatırmayan bireyler için alternatif bir yatırım imkânı sunmak, hem de yastık altı fonların ekonomiye kazandırılması suretiyle ekonominin canlandırılması yer almıştır. Özel katılım bankacılığı alanında faaliyet göstermiş ve iflas etmiş olan İhlas Finans ve Bank Asya gibi örnekler yatırımcılar nezdinde kötü bir imaj oluşturmuştur. Katılım bankalarının toplam bankacılık faaliyetleri içerisinde ancak % 5 lik bir orana sahip olduğu 2015 yıllarında kamu katılım bankaları kurulmaya başlanmıştır. Toplam bankacılık faaliyetleri içerisinde % 15 lik bir hedefi gerçekleştirme adına kurulan kamu katılım bankaları ile birlikte günümüzde yaklaşık % 7 lik bir sonuca ancak ulaşılmıştır. Kamu katılım bankaları 2015 yılında faaliyete başlamış olsa da pazar payı hedefine ulaşmada henüz yeterli bir sonuç alınmadığı düşünülmektedir.

Türkiye’de yapılan çalışmalarda ticari bankaların katılım bankalarından karlılık oranları açısından daha başarılı olduğu ifade edilmektedir. Buna karşılık katılım bankalarında kriz yönetimi, likidite problemleri, iflas gibi olumsuzluklara karşı önceden hazırlık yapabilmek şeklinde faydaları olduğu ifade edilmiştir. Banka müşterilerinin bankayı tercih ederken sosyal sebeplerden ziyade ekonomik çıkarlarını öncelikli tuttıkları ifade edilmiştir.

Katılım bankalarının gelişebilmesi için müşteri beklentilerinin araştırılması ve sonuçlarına göre çözümler üretilmesi yerinde olacaktır. Ayrıca katılım bankacılığında başarılı sonuçlar almış ülkelerin çalışma modellerinin araştırılarak örnek alınması önemli faydalar sağlayacaktır. Katılım Bankalarının kuruluş amaçlarına uygun davrandığının ortaya koyabilmek ve güven duygusu sağlayabilmek adına yatırım araçlarının şeffaf bir şekilde kamuoyu ile paylaşılması yerinde olacaktır. Katılım bankalarının daha etkin olabilmeleri için, bankacılık ürün çeşitliliğini artırmak, şube ve ATM sayısını artırmak, cazip kredi ve ödeme imkânları gibi kampanyalar düzenlemek suretiyle büyümesinin gerekliliği düşünülmektedir.

Bu çalışmada öz kaynak karlılığı, aktif karlılığı, şube başına net kar, sermaye yeterlilik oranı, net kar payı gelirleri, kar payı dışı gelirler ve faaliyet gelirleri açısından inceleme yapılmıştır. İncelenen oranlar açısından katılım bankalarının başarı durumları açıkça ortaya konmuştur. Yapılan çalışmada 2015-2020 yılları içerisinde performansları hakkında bilgi vermek suretiyle katılım bankalarının kendilerini değerlendirmeleri amaçlanmıştır. Ayrıca istikrarlı ilişkilerini devam ettirmek isteyen taraflara, katılım bankalarının gelişim trendleri hakkında bilgi sunmak suretiyle doğru tercih yapmalarına katkı sağlanmıştır. Katılım bankalarının gelişimine engel olan faktörlerin doğru tespit edilerek ortadan kaldırılması suretiyle kullanılmayan fonların ekonomiye kazandırılması mümkün olacaktır. Böylece işletmelere, finans sektörüne ve ülke ekonomisine kazanç sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgül, Yusuf (2020), "**Şirket Büyüklüğünün Aktif Karlılığı Üzerindeki Etkisi:Türk Sigortacılık Sektöründen Kanıtlar**", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:19, Sayı:39, s. 993-1006.
- Akyüz, Fatma, Soba, Arif, Şevket, & Yeşil, Tolga (2020), "**Katılım Bankalarının CAMELS Analizi Yöntemiyle Finansal Performanslarının Değerlendiril-mesi**". Muhasebe ve Finansman Dergisi, sayı:87 ss.145-166.
- Alpun, M. Elif (2017), "**Bankacılık Sisteminde İçerisinde Katılım Bankacılığının Yeri ve Katılım Bankacılığının Güçlü ve Zayıf Yönleri**". Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi s.45.
- Ansari, Saanaullah., & Rahman, Atiqa (2011), "**Financial Performance of Islamic and Conventional Banks in Pakistan: A Comparative Study**". 8th International Conference on Islamic Economics and Finance pp.1-19.
- Ariff, Mohammed (1988, Semptember), "**Islamic Banking**". Aasian-Pacijlc Economic Literature, 2(2), pp.48-64.
- Aslan, Erdal., Bora, Ali., & Amanat, Abdullah. Hasib (2020), "**Comparative Analysis of Conventional and Islamic Banking: The Case of Bakhtar Bank Transforming into Islamic Bank of Afghanistan**". Yönetim ve Ekonomi, 27(3), s.479-493.
- Aydın, N., Delikanlı, İ., Çabukel, R., Erdal, F., Erdal, R., & Ergeç, E. H. (2012), "**Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş**". Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. ss.45-46.
- Bader, Shamsheer Mohamad., , Mohamed Ariff., & Taufiq, H. Shah (2008), "**Cost, Revenue, and Profit Efficiency of Islamic versus Conventional Banks: International Evidence Using Data Envelopment Analysis**" Islamic Economic Studies, Vol. 15, No. 2, s.76.
- Errico, Luca., & Farahbaksh, Mitra (1998), "**Islamic banking : issues in prudential regulation and supervision**". International Monetary Fund, Monetary and Exchange Affairs Department., s. 1-32.
- Ersoy, Arif., Hazıroğlu, Temel., Görmüş, Şakir., & Yabanlı, Aydın (2019), "**Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı**". İstanbul: TKBB Yayınları, s.88.
- Esmer, Yusuf., & Bağcı, Haşim (2016) "**Katılım Bankalarında Finansal Performans Analizi: Türkiye Örneği**". Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:8, Sayı:15, ss. 17-30.
- Gait, H. Alsadek., & Worthington, Anderw. C. (2007), "**A Primer on Islamic Finance: Definitions**"., University of Wollongong School of Accounting & Finance, pp 1-31.
- Gökçen, Gürbüz., & Gönen, İbrahim (2017), "**Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı**". Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:2, Sayı:1, ss. 61-77.
- Görmüş, Şakir., Yardımcıoğlu, Fatih., Özdemir, M., Durmuş, Muhammed. E., & Bektaş, İ. (2015), "**Türkiye'deki Katılım Bankalarının Performanslarının AHS ve GİA Yöntemleri ile Analizi**". International Congress on Islamic Economics and Finance (ICISEF) ss. 1-13. Sakarya: Beşiz Yayınları.

- Hassan, M. Kabir (2003), **Determinants of Islamic Banking Profitability**. https://www.researchgate.net/publication/228846468_Determinants_of_Islamic_Banking_Profitability, (Erişim Tarihi:03.05.2021).
- Hassoune, Anouar (2002), "**Islamic Banks' Profitability in an Interest Rate Cycle**", International Journal of Islamic Financial Services, 4(2). p.65.
- Hawary, D., Grais, W., & Iqbal, Z. (2004), **Regulating Islamic Financial Institutions**. World Bank Policy Research Working Paper 3227, pp1-49. <https://www.albaraka.com.tr/faaliyet-raporlari.aspx>, (Erişim Tarihi:03.05.2021). <https://www.emlakkatilim.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari>, (Erişim Tarihi:03.05.2021). <https://www.kuveytturk.com.tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/yillik-ve-ara-donem-faaliyet-raporlari>, (Erişim Tarihi:03.05.2021). <https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/finansal-raporlar/sayfalar/faaliyet-raporlari.aspx>. Erişim Tarihi:03.05.2021. <https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/faaliyet-raporlari>, (Erişim Tarihi:03.05.2021). <https://www.ziraatkatilim.com.tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgileri>, (Erişim Tarihi:03.05.2021).
- Önal, Servet., & Mat, Murat (2017), "**Türkiye'deki Özel Katılım Bankalarının Üç Aylık Peryotlarla 2014-2016 Dönemlerinde Karlılıklarının Oran Analizi Yöntemiyle İncelenmesi**", International Journal of Academic Value Studies, 3(16), ss. 87-94.
- Parlakkaya, Raif., & Çürük, Suna. Akten (2011), "**Finansal Rasyoların Katılım Bankaları ve Geleneksel Bankalar Arasında Bir Tasnif Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye Örneği**", Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt:11, Sayı:3, ss. 397-405.
- Şendurur, Utku., & Temelli, Fatma (2018), "**Camel Derecelendirme Modeli Yardımı İle Türkiye'de Faaliyet Gösteren Geleneksel Bankalar Ve Katılım Bankalarının Karşılaştırmalı Analizi**". ulakbilge, 6(23), ss.1-18.
- Tetik , Nevzat, & Şahin, Ahmet (2020), "**Katılım Bankalarının Finansal Performans Analizi**". Atatürk Üniversitesi İİB Dergisi, ss. 293-314.
- Tunç, H. (2000). **Soru ve Cevaplarla ÖFK'lar**. Bereket Dergisi, Yıl:3, Sayı:10 s. 13.
- Viverita, D. (2011, Juny 21). **Performance Analysis of Indonesian Islamic and Conventional Banks**. <http://ssrn.com/abstract=1868938>, (Erişim Tarihi:05.05.2021).
- Yıldırım, İbrahim., & Çakar, Recep (2018), **Perspectives of Small and Medium Enterprises (SMEs) on Islamic Banking Practices: A Study on**. Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi, Kasım 4(3), ss. 50-61.
- Yudistira, Donsyah (2004), "**Efficiency in Islamic Banking: An Empirical Analysis of Eighteen Banks**". Islamic Economic Studies, 12(1), pp. 1-19.

HİSSELERİ BIST GELİŞEN İŞLETMELER PİYASASINDA (XPGIP) İŞLEM GÖREN ŞİRKETLERİN FİNANSAL PERFORMANSLARININ ANALİZİ: HALKA ARZ ÖNCESİ ve HALKA ARZ SONRASI BİR KARŞILAŞTIRMA

Bayram KOÇDEMİR

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Finans Enstitüsü Sermaye Piyasaları A.B.D.,

Yüksek Lisans Öğrencisi

ORCID: 0000-0002-3317-191X

Recep Ali KÜÇÜKÇOLAK

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü.

ORCID: 0000-0001-7959-1242

Öz

Ulusal ekonomilerde, üretim ve istihdam konusunda önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin finansman kaynaklarının çeşitlendirilmesi amacıyla 2011 yılında İMKB nezdinde "Gelişen İşletmeler Piyasası" kurulmuş ve KOBİ'lerin halka arzına olanak tanınmıştır. Çalışmada, hisseleri Borsa İstanbul Gelişen İşletmeler Piyasası (BIST GIP) nezdinde işlem gören şirketlerin halka arz öncesi ve halka arz sonrası finansal performansları kıyaslanmıştır. Finansal performans ölçümünde, aktif kârlılığı, öz kaynak kârlılığı, net kâr marjı, likidite oranı, nakit oranı, finansal kaldıraç ve finansman oranı ile alacak ve stok devir hızı rasyoları kullanılmıştır. Analiz sonucunda, çalışma kapsamındaki şirketlerin halka arz sonrası dönemde kârlılık ve faaliyet oranları bakımından genel bir iyileşmenin bulunmadığı, buna karşın likidite ve finansal yapı oranları açısından ise belirgin bir iyileşmenin bulunduğu kanaatine varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gelişen İşletmeler Piyasası, KOBİ Borsaları, Finansal Performans.

ANALYSIS OF THE FINANCIAL PERFORMANCES OF COMPANIES TRADED ON THE BIST EMERGING COMPANIES MARKET (XPGIP): A COMPARISON BEFORE AND AFTER IPO

Abstract

In order to diversify the financing resources of SMEs, which have an important place in national economies in terms of production and employment, the "Emerging Enterprises Market" was established at the ISE in 2011, allowing SMEs to issue debt instruments and offer them to the public. This study aims to compare the financial performances of companies whose shares are traded by BIST GIP before and after the public offering. As financial performance criteria, return on assets, return on equity, net profit margin, liquidity ratio, cash ratio, financial leverage and financing ratio, and receivables and stock turnover ratios are used. As a result of the analysis,

it was concluded that there was no general improvement in profitability and activity rates of the companies within the scope of the study in the post-public offering period, whereas there was a significant improvement in terms of liquidity and financial structure ratios.

Keywords: Emerging Companies Markets, SME Exchanges, Financial Performance

1. GİRİŞ

Ulusal ekonomilerine sağladıkları katkı ve yarattıkları katma değer bakımından önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler, ekonomik aktivite içerisindeki rollerine karşın finansman kaynaklarına erişim konusunda problemler yaşamakta, bu durum KOBİ'lerin ekonomik potansiyellerini kullanmalarına engel olmaktadır.

KOBİ'lerin en önemli finansal kaynakları, kendi öz sermayeleri ve kamu otoritesi tarafından tanınan teşviklere ilave olarak, bankacılık sektörü tarafından sağlanan kredilerdir. Bununla birlikte KOBİ'lerin kredibilitelerini kanıtlama konusunda yaşadıkları sorunlar, bankacılık sektöründen de istenilen seviyede finansman sağlayamamalarına yol açmaktadır. KOBİ'lerin fonlanması bakımından bankacılık sektörüne bir alternatif olarak düşünülen sermaye piyasaları nezdinde KOBİ'ler için özel piyasalar oluşturulmaktadır. Bu çerçevede ülkemizde de 2009 yılında yasal altyapının oluşturulmasıyla birlikte Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP) faaliyete başlamıştır. Bu kapsamda halka arz olan KOBİ'lerin, sermaye piyasasından kaynak temin etmeleri sonrası finansal performanslarının ne yönde değiştiği, çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada öncelikle GİP'e ilişkin genel bilgiler verilecektir. Ardından hisseleri GİP nezdinde işlem gören işletmelerin halka arz öncesi finansal performansı ile halka arz sonrası finansal performansı seçilmiş finansal rasyolar yardımıyla karşılaştırılacaktır.

2. GELİŞEN İŞLETMELER PİYASASINA (XPGIP) YÖNELİK GENEL BİLGİLER

Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin çalışan sayısı tanımına göre %99,8'ini oluşturan KOBİ'ler, aynı zamanda ihracatın %55,3'ünü, toplam istihdamın %72,7'sini, yaratılan katma değer %53,5'ini, yatırımların ise %55'ini sağlamaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018:16). Ekonomik aktivite bakımından önemli bir yeri bulunan ve Dünya Bankası tarafından ekonomik kalkınmanın yanında sosyal denge ve istikrarın sağlanması açısından da önemli bir yere sahip olduğu belirtilen "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler" (KOBİ), Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ülkelerinde ise toplam işletme sayısının %85'ini, istihdamın ise %70'ini oluşturmaktadır (KOSGEB, 2019:4).

KOBİ'lerin ülkemizde ekonomik kalkınmaya olan önemli katkılarına rağmen en temel sorunları, büyük ölçekli ticari ve kurumsal işletmelere kıyasla finansman kaynaklarına erişimde problem yaşamalarıdır (OECD, t.y.:8). Nitekim nicelik olarak ticari işletmelerin tamamına yakını oluşturulan KOBİ'lerin 2019 yılsonu verilerine göre bankacılık sektöründen temin ettiği krediler, toplam kredi hacminin %23'ünü oluşturmaktadır. Bireysel nitelikli kredilerin dahi toplam kredilerin %22'sini oluşturduğu bir sistemde (BDDK, 2019), KOBİ'lerin bankacılık sektörü tarafından yeterince finanse edilemediği anlaşılmaktadır. Zira kamu otoritesi tarafından sağlanan teşvikler ve öz kaynaklar dışında KOBİ'lerin en önemli finansman kaynağı bankacılık sektörüdür.

Kamu otoriteleri tarafından KOBİ'lerin finansal kaynak sağlayabileceği alternatif piyasa arayışları sermaye piyasalarını gündeme getirmiştir. Dünya Borsalar Federasyonu'nun (WFE) 2018 yılsonu verilerine göre global piyasalar nezdinde KOBİ'ler için özel oluşturulmuş toplam 33 adet borsa bulunmaktadır. Söz konusu borsaların 3'ü Amerika kıtasında, 14'ü Asya-Pasifik bölgesinde, 16'sı ise Avrupa ve Ortadoğu bölgesinde yer almaktadır. Hali hazırda toplam 6807 KOBİ'nin

işlem gördüğü söz konusu borsaların büyüklüğü ise yaklaşık 1,3 trilyon dolardır. İşlem gören şirketlerin %61'ini, sermaye büyüklüğü bakımından ise KOBİ borsalarının %93'ünü Asya-Pasifik bölgesi ülkeleri oluşturmaktadır. Nitekim sermaye büyüklüğü bakımından ilk üç sırada yer alan borsalar, Japonya, Güney Kore ve Çin borsaları nezdinde oluşturulan KOBİ borsalarıdır (WFE, 2018:1-3). Mevcut durumda sermaye büyüklüğü ve işlem gören KOBİ sayısı bakımından en büyük KOBİ borsaları, Japonya Osaka borsasında JASDAQ, Çin'de Shenzen Borsası nezdinde ChiNext, Güney Kore'de KONEK, Hindistan'da Bombay Borsası nezdinde BSE SME, İngiltere'de Londra borsası nezdinde AIM, Kanada'da Toronto Borsası nezdinde TSX ve Avrupa Birliği ülkeleri nezdinde, Alternext ve Euronext'dir.¹

Ülkemizde, BİST nezdinde KOBİ niteliğindeki işletmelerin halka arz yoluyla sermaye piyasalarından finansman temin etmesi mümkün ise de kotasyon şartlarının KOBİ'ler tarafından sağlanmasının güç olması, KOBİ'ler için ayrı bir piyasa kurulması fikrini gündeme getirmiştir. Bu çerçevede 18.08.2009 tarih ve 27323 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Gelişen İşletmeler Piyasası Yönetmeliği" ile GİP faaliyete başlamıştır. Söz konusu Yönetmelik'in ilk maddesinde GİP'in temel amacı, "gelişme ve büyüme potansiyeline sahip şirketlerin sermaye piyasalarından fon sağlamak için ihraç edecekleri menkul kıymetlerin işlem görebileceği şeffaf ve düzenli bir ortam yaratmak" olarak belirtilmiştir. Aynı Yönetmelik'in 2'nci maddesinde ise GİP, "borsa kotasyon şartlarını sağlayamayan, gelişme ve büyüme potansiyeline sahip şirketlerin menkul kıymetlerinin işlem görebileceği piyasa" olarak tanımlanmıştır (SPK, 2009).

GİP'in tanımında da belirtildiği üzere kotasyon şartlarını sağlayamayan işletmeler için bu piyasa nezdinde daha esnek şartlar getirilmiştir. Örneğin "Ana Pazar" ve "Yıldız Pazar" şartlarının aksine GİP nezdine dahil edilecek işletmeler için asgari kârlılık veya faaliyet süresi şartları aranmamaktadır. Bunun dışında hisseleri GİP'te işlem görecektir işletmelere kurumsal yönetim ilkelerine ilişkin birtakım istisnalar getirilmiş ve bu şirketler ara dönem finansal rapor ve faaliyet raporu yayınlamaktan muaf tutulmuştur. Ayrıca GİP'e başvuran şirketlerin halka arz işlemlerini kolaylaştırmak ve başvuru maliyetlerini azaltmak amacıyla, SPK ücreti, işlem görme başvurusu ve kotta kalma ücreti ile Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş. (MKK) ücreti indirimli olarak uygulanmaktadır. Ayrıca söz konusu ücretlerin ödenmesine ilişkin Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından da ilgili şartları taşıyan işletmelere mali destek sağlanmaktadır.

GİP nezdinde ilk halka arz işlemi 2011 yılında gerçekleşmiş olup, 30.07.2020 tarihi itibarıyla hisseleri GİP nezdinde işlem gören işletme sayısı 12'dir (KAP, Pazarlar). 2011-2020 döneminde GİP aracılığıyla halka açılan toplam 28 işletme 212 milyon TL finansal kaynak sağlamış, söz konusu işletmelerin bir kısmı gerekli şartları taşımaları sonucunda yıldız pazar veya ana pazara yükselmiştir (Borsa İstanbul, 2015:20-23).

¹ Literatürdeki bazı çalışmalarda, ABD nezdindeki NASDAQ borsası da KOBİ borsaları arasında sayılmış olmasına karşın, NASDAQ KOBİ'ler için özel oluşturulmuş ve yalnızca KOBİ hisselerinin işlem gördüğü bir borsa olmaması nedeniyle çalışmamızda yer verilmemiştir.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Napompech (2002), 1980-2000 döneminde halka arz edilen sigorta şirketlerinin finansal performanslarındaki değişimi incelemiştir. Çalışmada analiz dönemi, halka arz öncesi yıla ait finansal veriler ile halka arz sonrası yıla ait finansal veriler karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucunda sigorta şirketlerinin halka arz sonrasında genel finansal performansının iyileştiği sonucuna varılmıştır.

Kurtaran ve Er tarafından (2008), BİST bünyesinde işlem gören 205 şirkete ilişkin 1992-2000 yıllarını kapsayan çalışmada, şirketlerin halka arzları sonrasında yıllarda finansal performanslarında olumlu ve olumsuz yönler saptanmıştır. Finansal performans ölçütü olarak aktiflerin kârlılığı oranı, aktiflerin faaliyet kârlılığı oranı, faaliyet kâr marjı oranı, özsermaye devir hızı oranı, aktif devir hızı oranı ve satışların büyüme oranı olmak üzere altı oran kullanılan çalışmanın sonucunda, işletmelerin halka arz olmadan önceki yıllarda finansal performanslarının halka arz olduktan sonra düştüğü saptanmıştır.

Bulut (2002), tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 1992-2000 döneminde halka arz edilen 175 işletmenin finansal performanslarının değişimi incelenmiştir. Çalışmada, halka arz dönemi ile sonrasındaki 3 yılı kapsayan döneme ait finansal veriler karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucunda halka arz sonrasında, aktif kârlılık oranı, esas faaliyet kârının toplam aktiflere oranı, öz sermaye devir hızı oranı, aktif devir hızı oranı ve işletme faaliyetlerinden oluşan nakit akımlarının aktiflere oranında gerileme olduğu sonucuna varılmıştır.

Bulut vd. (2009), tarafından 1992-2000 döneminde halka arz edilen 205 şirketin finansal performansının incelenmesi üzerine yapılan diğer bir çalışmada, ilk çalışmadan farklı olarak faaliyet kâr marjı rasyosu da finansal performans kriteri olarak dikkate alınmış ve ilk çalışma ile benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Pereira ve Sousa (2012), tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 1995-2006 döneminde Avrupa borsalarında halka arz edilen 555 işletmenin finansal performansı incelenmiştir. Finansal performans kriterinin, aktif kârlılığı oranı, nakit akışlarının aktiflere oranı, sermaye harcamasının aktiflere oranı ve aktif devir hızı olarak belirlendiği araştırma sonucunda, halka arz sonrası şirketlerin aktif kârlılığının %1,92, nakit akışının aktiflere oranının %2,23, aktif devir hızının %13,63 oranında azaldığını ve sermaye harcamasının aktiflere oranının ise %0,16 oranında arttığı saptanmıştır.

Çetin (2015), tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Gelişen İşletmeler Piyasası Borsasına kote olan 23 işletmenin 19 tanesinin borsa öncesi ve sonrası mali verileri incelenmiştir. Bu kapsamda işletmelerin borsa öncesi ve sonrası likidite, faaliyet, mali yapı, karlılık oranları ile Z Skor analizleri hesaplanmış ve karşılaştırılarak borsanın işletmelere olan etkisi araştırılmıştır. Borsa kote olan işletmelerin büyük bir çoğunluğu üzerinde yapılan mali analizler neticesinde borsanın işletmelerin likidite ve mali yapıları üzerinde olumlu katkıların olduğu, ileride iflas riskini ortaya koyan Z skorlarını iyileştirdiği görülmüş, işletmelerin karlılıklarına olan katkısını ortaya koyabilecek herhangi bir anlamlı sonuca ise ulaşamamıştır.

Salur, Demirci ve Kesen (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, BİST-GİP'te işlem gören KOBİ'lerin halka açıldıkları yıl baz alınarak, halka arz öncesi finansal performansı ile halka arz sonrası finansal performansları karşılaştırılmıştır. Finansal performans göstergesi olarak aktif kârlılığı (ROA) ve özsermaye kârlılığının (ROE) kullanıldığı çalışmada, halka açılmayla finansal performans arasındaki ilişki kurulan hipotez üzerinden karşılaştırma yapılan yıllardaki oranlar kullanılarak t-testi yardımıyla ölçülmüştür. Çalışma sonucunda, KOBİ'lerin halka arzı ile finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Literatürde konuya ilişkin çalışmalar incelendiğinde, kısa vadeli bir finansal analiz gerçekleştirildiği, özellikle yakın dönemde tamamlanan çalışmalarda finansal performans karşılaştırması yapılırken, yalnızca halka arz sonrası 1 yıllık dönemin dikkate alındığı görülmektedir. Bu kapsamda literatürde yer alan çalışmaların "Sonuç ve Öneriler" kısmında yer alan tavsiyeler de dikkate alınarak uzun vadeli bir analizin yapılması gerekli görülmüştür. Dolayısıyla çalışmada, finansal performans analizi gerçekleştirilirken halka arzdan itibaren 2019 yılsonuna kadar olan finansal veriler dikkate alınmıştır.

4. AMAÇ, YÖNTEM VE UYGULAMA

Çalışmada, hisseleri BİST GİP nezdinde işlem gören şirketlerin halka arz öncesi finansal performansı ve halka arz sonrası finansal performanslarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Böylece halka arz sonrasında şirketlerin finansal performanslarında ne yönde değişim olduğu tespit edilebilecektir. Çalışmada, özellikle ülkemizde finansman kaynaklarına erişim konusunda kurumsal şirketlere nispeten daha fazla zorluklar yaşayan KOBİ'lerin BİST aracılığıyla sermaye piyasalarından fon kaynaklarına erişim neticesinde finansal performanslarında nasıl bir değişim yaşandığının tespiti amaçlanmaktadır.

Çalışmada halka arz öncesi dönem, halka arzın gerçekleştiği hesap döneminden önceki son 2 dönem olarak, halka arz sonrası dönem ise halka arzın gerçekleştiği hesap döneminden sonraki yılsonu ile 2019 yılsonuna kadar olan dönem olarak dikkate alınmıştır.

Araştırmada, finansal performansı analiz edilecek olan işletmeler, hisseleri BİST GİP nezdinde işlem gören şirketlerdir. 31.07.2020 itibarıyla GİP endeksinde bulunan şirket sayısı 12'dir. Buna karşın söz konusu şirketlerden Vanet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin halka arz öncesi finansal verilerine ulaşamaması ve bu sebeple kıyaslamaya elverişli olmaması nedeniyle araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Sonuç olarak araştırma kapsamındaki şirket sayısı 11 olarak belirlenmiştir.

Çalışmada, finansal durum değerlendirmesi yapılırken salt finansal tablo verileri yerine bu verilerin birbiriyle ilişkisini ortaya koyma konusunda etkili bir yöntem olan oran analizi yöntemi kullanılmıştır (Akgüç, 2013:360-365).

Finansal performans analizinde dikkate alınan kriterler, literatürde genel kabul görmüş rasyolardan oluşmaktadır. Kârlılık performansının analizinde, aktif kârlılığı (ROA), öz kaynak kârlılığı (ROE) ve net kâr marjı (NPM) rasyoları dikkate alınmıştır (Usta, 2008:127). Şirketlerin halka arz sonrası sermaye piyasalarına erişimi neticesinde likidite dengeleri ve finansal yapılarının analizinde ise likidite

oranı, nakit oranı, finansal kaldıraç ve finansman oranları dikkate alınmıştır (Bolak, 2005:34-36). Şirketlerin faaliyet yapılarının analizinde ise faaliyet oranları arasında yer alan alacak devir hızı ve stok devir hızı rasyoları kullanılmıştır (Okka, 2009:108). Bahsedilen verilerin tamamı ilgili şirketlerin internet sitesi ve “Kamuyu Aydınlatma Platformu” üzerinden kamuya açıkladıkları finansal tabloları ve bağımsız denetim raporlarından edinilmiştir. Finansal tablolar yardımıyla hesaplanacak söz konusu rasyolar, halka arz öncesi finansal performans ve halka arz sonrası finansal performans şeklinde kıyaslanacak ve şirketin finansal performansının BIST sonrası nasıl bir trend izlediği tespit edilecektir.

4.1. Veriler ve Değerlendirme

Araştırma kapsamında yer alan şirketlerin finansal performans analizinde kullanılan veriler izleyen tabloda yer almaktadır. Tabloda “1” alt yazısı bulunan veriler, halka arz öncesi dönem ortalamasını, “2” alt yazısı bulunan veriler ise halka arz sonrası dönem ortalamasını ifade etmektedir. Halka arz öncesi ve halka arz sonrası dönem, şirketlerin halka arz tarihine göre farklılık göstermektedir. Buna göre halka arz öncesi dönem 1-3 yıllık zaman dilimini, halka arz sonrası dönem ise 4-7 yıllık bir dönemi kapsamaktadır. Tabloda yer alan verilerin hesaplanma formülü aşağıda verilmiştir:

Aktif Kârlılığı Rasyosu (ROA): $\text{Dönem Net Kârı} / \text{Toplam Aktifler}$
 Özkaynak Kârlılığı Rasyosu (ROE): $\text{Dönem Net Kârı} / \text{Toplam Özkaynaklar}$
 Net Kâr Marjı (NKM): $\text{Net Dönem Kârı} / \text{Net Satış Gelirleri}$
 Likidite Oranı (Likidite): $\text{Dönen Varlıklar} - \text{Stoklar} / \text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}$
 Nakit Oranı (Nakit): $\text{Nakit ve Nakit Benzeri Varlıklar} / \text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}$
 Finansal Kaldıraç Oranı (FKO): $\text{Toplam Yabancı Kaynaklar} / \text{Toplam Aktifler}$
 Finansman Oranı (FO): $\text{Toplam Yabancı Kaynaklar} / \text{Toplam Özkaynaklar}$
 Alacak Devir Hızı (ADH): $\text{Net Satış Gelirleri} / \text{Kısa Vadeli Ticari Alacaklar}$
 Stok Devir Hızı (SDH): $\text{Satılan Mallar Maliyeti} / \text{Ortalama Stoklar}$

Araştırma kapsamında yer alan işletmelere ait borsa kısaltmaları ise izleyen tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Araştırma Kapsamındaki İşletmeler İçin Kullanılan Kısaltmalar

Kısaltma	Firma Unvanı
AVHOL	Avrupa Yatırım Holding A.Ş.
BEYAZ	Beyaz Filo Oto Kiralama A.Ş.
İDEALİST	İdealist Danışmanlık A.Ş.
İZHAYVAN	İz Hayvancılık Tarım ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.
İZFIRÇA	İzmir Fırça Sanayi ve Ticaret A.Ş.
MEGAP	Mega Polietilen Köpük Sanayi ve Ticaret A.Ş.
OSMEN	Osmanlı Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
OZERDEN	Özerden Plastik Sanayi ve Ticaret A.Ş.
POLITEK	Politeknik Metal Sanayi ve Ticaret A.Ş.

RODRIGO	Rodrigo Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.
TAZEKURU	Taze Kuru Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Tablo 2: Araştırma Kapsamında Yer Alan Şirketlerin Finansal Performans Analizinde Kullanılan Rasyolar

Şirket	ROA ₁	ROA ₂	ROE ₁	ROE ₂	NKM ₁	NKM ₂	Likidit e ₁	Likidit e ₂	Naki t ₁	Naki t ₂	FKO ₁	FKO ₂	FO ₁	FO ₂	ADH ₁	ADH ₂	SDH ₁	SDH ₂
AVHOL	0.0096	0.0060	0.0382	0.0146	0.0122	0.0099	0.7371	0.8891	0.0132	0.0215	0.7497	0.5866	2.9948	1.4190	2.4130	2.3723	3.7816	16.0589
BEYAZ	0.0085	0.0576	0.2810	0.1703	0.0278	0.0262	0.1653	0.8772	0.0091	0.0849	0.9696	0.6619	31.9142	1.9579	6.2208	7.0840	1.4312	22.3919
İDEALİS T	0.0520	0.0497	0.1740	0.0664	0.0382	0.0414	1.2727	3.0196	0.3283	0.7175	0.7011	0.2512	2.3458	0.3354	3.4973	4.7890	-	-
İZHAYVAN	0.0208	0.0099	0.1003	0.0184	0.1416	0.0292	0.4214	0.4027	0.0056	0.0218	0.7927	0.4610	3.8230	0.8554	15.0045	5.8431	1.8729	3.1926
İZFIRÇA	0.0485	0.0022	0.0770	0.0050	0.0708	0.0033	1.4217	1.0753	0.2142	0.2057	0.3705	0.5611	0.5885	1.2782	2.4531	1.8749	1.1863	1.1518
MEGAP	0.1059	0.0692	0.1421	0.1410	0.1011	0.0538	1.4043	1.4679	0.0540	0.0693	0.2547	0.5095	0.3417	1.0389	4.8735	3.4284	6.7334	6.9301
OSMEN	0.0805	0.0551	0.2697	0.1327	0.0029	0.0046	1.3924	1.6740	0.0655	0.2096	0.7015	0.5844	2.3497	1.4061	43.4835	44.5509	-	-
OZERDEN	0.0828	0.0246	0.1922	0.0549	0.0735	0.0244	0.7643	0.8336	0.0244	0.0986	0.5693	0.5526	1.3217	1.2350	3.8209	4.7773	6.0614	3.6482
POLITEK	0.2912	0.1976	0.4890	0.2667	0.1487	0.1533	2.2861	3.0338	0.3515	0.4756	0.4046	0.2589	0.6794	0.3494	3.1879	2.4208	16.2319	8.1076
RODRIGO	0.0878	0.0238	0.1335	0.0535	0.1021	0.0348	1.2541	0.8276	0.1723	0.1546	0.4806	0.5343	0.9253	1.1472	2.8219	2.8896	2.3426	0.9422
TAZEKURU	0.0347	0.1169	0.0514	0.3554	0.2789	0.2256	0.1093	1.1717	0.0115	0.3922	1.0318	0.6710	32.4170	2.0398	7.0974	3.4510	1.0032	1.4849

4.1.1. Avrupa Yatırım Holding A.Ş.

Ana faaliyet konusu "yurtiçi ve yurtdışındaki şirketlerin sermayelerine katılmak" olarak belirlenen firmaya ait veriler genel olarak incelendiğinde, firmanın halka arz öncesindeki dönemde daha iyi bir kârlılık performansı sergilediği, zira aktif kârlılığı, özkaynak kârlılığı ve net kâr marjının ortalama değerlerinin, halka arz sonrasındaki döneme göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun en önemli sebebi ise firmanın faaliyet konusu ve unvan değişikliği gerçekleştirdiği 2014 yılsonu ile 2016 yılsonunun yüksek tutarlı zararlar sonuçlanmasıdır. Şirket'in 2014 yılı ve 2016 yılının ciddi zararlar sonuçlanmasında, söz konusu dönemde satış gelirlerinin (hasılat) önemli ölçüde gerilemesinin ve kambiyo zararlarının büyük payı bulunmaktadır. Ayrıca 2016 yılında firma tarafından elden çıkarılan maddi duran varlıkların satış zararıyla sonuçlanması da bu durumun sebepleri arasında yer almaktadır.

Şirket'in likidite ve finansal yapı oranları incelendiğinde ise halka arz sonrası olumlu bir performans görülmektedir. Halka arz ve faaliyet konusu değişikliği sonrasında stokların azalması ve firmanın uzun vadeli borçlanma gücünün artması likidite oranı ve nakit oranının yükselmesini sağlamıştır. Şirket'in 2018 yılı içerisinde gerçekleştirdiği 21.700.000 TL tutarındaki sermaye artırımını ise finansal kaldıraç oranının ve finansman oranının önemli ölçüde gerilemesini sağlamış, dolayısıyla firmanın yabancı kaynaklara olan bağımlılığı azalmıştır. Diğer yandan firmanın halka arz edildiği 2012 yılında, halka arz işlemine bağlı olarak oluşan hisse senedi ihraç primleri (7.200.265 TL) ve aynı dönem içerisinde yapılan sermaye artırımını da (2.215.000 TL) 2012 yılsonundaki finansal kaldıraç oranının ciddi oranda düşmesini sağlamıştır.

Şirket'in faaliyet oranlarından alacak devir hızının halka arz sonrası dönemde büyük oranda aynı seviyede kaldığı, stok devir hızının ise yaklaşık 5 kat artış gösterdiği görülmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, firmanın 2014 yılında ana faaliyet konusunun değişmesi ve yeni faaliyet konusunun yüksek oranda stok bulundurmaya gerektirmemesidir. Zira firmanın en önemli satış geliri kaynağı, hastane hizmetlerinden elde ettiği gelirler ve telekomünikasyon şirketinin kontör satışlarıdır. Dolayısıyla satış gelirlerindeki artışa karşın stok hacmindeki sert düşüş, stok devir hızında artışı sağlamıştır.

4.1.2. Beyaz Filo Oto Kiralama A.Ş.

Motorlu araçların operasyonel filo kiralama ve ikinci el araç alım-satım hizmetleri alanında faaliyet gösteren Şirkete ait veriler genel olarak incelendiğinde, halka arz sonrasında kârlılık performansının iyileştiği, likidite oranlarının halka arz sonrasında önemli ölçüde yükseldiği, finansal kaldıraç ve finansman oranının ise aynı dönemde olumlu şekilde düşüşe geçtiği görülmektedir. Şirket'in faaliyet oranları da halka arz sonrası olumlu bir performans sergilemiştir.

Şirket, halka arz sonrası dönemde 2014 yılı istisna olmak üzere sürekli olarak kâr elde etmiştir. 2014 yılında ise 11.09.2014 tarih ve 29116 sayılı Resmî Gazetede (Mükerrer) yayımlanarak yürürlüğe giren 6552 sayılı Kanun hükümleri gereğince, ortaklarından tahsil edemediği toplam 22.897.593 TL tutarındaki alacağı gider hesaplarına yansıtılmış, dolayısıyla kârlılık göstergeleri bu durumdan olumsuz etkilenmiştir. Buna ilave olarak 2014 yılsonunda firmanın 7.933.535 TL tutarındaki kur farkı zararı da kârlılığın erimesine neden olan en önemli

faktörlerdendir. Bu sebepler, firmanın halka arz sonrası olan 2014 yılının net zararlarla sonuçlanmasına ve aktif kârlılığı, özkaynak kârlılığı ve net kâr marjının negatif değer almasına yol açmıştır.

Şirket'in halka arz sonrası dönemde yabancı kaynak ihtiyacı göreceli olarak azalmış, bu durum ise likidite oranı ile nakit oranına olumlu yansımıştır. Bununla birlikte firmanın kısa vadeli borç yükü büyük ölçüde aynı seviyede kalmıştır. Halka arz sonrası dönemde hisse senedi ihraç primleri ile 2013 ve 2017 yıllarında gerçekleşen sermaye artırımını özkaynakların güçlenmesini sağlamış ve bu çerçevede finansal kaldıraç oranı ortalama %97 seviyesinden halka arz sonrası dönemde ortalama %66 seviyesine gerilemiştir. Halka arz sonrası kârlılık performansındaki yükseliş ve elde edilen kârın öz kaynaklara ilave edilmesi sonucunda firmanın öz kaynak yapısı güçlenmiş ve bu durum finansman oranının halka arz sonrası dönemde sert bir şekilde düşmesini sağlamıştır.

4.1.3. İdealist Danışmanlık A.Ş.

Özel sektör ve kamu kurumları personeli ile yöneticilerine farklı konularda eğitim hizmeti vermek, ilgili kurum ve kuruluşlara hukuki, mali ve teknik konularda danışmanlık hizmeti sunma konusunda faaliyet gösteren firmaya ait veriler genel olarak incelendiğinde, halka arz sonrasında aktif kârlılığı ve özkaynak kârlılığı rasyolarının ortalama değerlerinin düştüğü, net kâr marjının sınırlı düzeyde artış gösterdiği, likidite ve nakit oranının iyileştiği, finansal kaldıraç ve finansman oranlarının da önemli oranda gerilediği görülmektedir.

Halka arz sonrası dönemde firmanın aktif kârlılığı ve öz kaynak kârlılığı rasyolarında gerileme görülmektedir. Kârlılık performansının istikrarlı bir seyirde sahip olmaması üzerindeki en büyük etken, firmanın kur farkından kaynaklanan gelir ve giderleri arasındaki dengenin kurulamamasıdır. Ayrıca maddi duran varlık satış kârları, vadeli döviz mevduatlarından hak kazanılan faiz gelirleri ve fonlara yapılan finansal yatırımların satışından elde edilen gelirler gibi esas faaliyetlerden kaynaklanmayan hususlar kârlılık üzerinde belirleyici konumda bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle söz konusu olağan dışı gelir ve giderler kârlılık performansının istikrarlı bir seyir izlemesine engel olmaktadır. Kârlılık performansında iyileşme görülmemesine karşın 2019 yılında gerçekleştirilen 4.359.000 TL sermaye artırımını sonucunda öz kaynak kârlılığı rasyosunda gerileme yaşanmıştır.

Şirket'in halka arz sonrasında yabancı kaynak ihtiyacının azalması ve ana faaliyet konusu gereğince stok miktarının oldukça sınırlı olması, likidite oranlarının yüksek olmasını sağlamaktadır. Buna karşın firma, halka arzı sonrasında nakit ve nakit benzeri varlıkları sınırlandırmış, söz konusu varlıkları bono ve yatırım fonlarında finansal yatırım olarak değerlendirmiştir. Bu durum, nakit oranında son yıllarda görülen düşüşün en önemli sebebini oluşturmaktadır. Yabancı kaynak ihtiyacının azalması, sermaye artırımını ve elde edilen kârın bünyede tutulması sonucunda finansal kaldıraç ve finansman oranında da halka arz sonrası ciddi düşüş yaşanmıştır.

Halka arz sonrası dönemde firmanın satış gelirlerindeki artışa karşın ticari alacaklarının büyük ölçüde aynı seviyede kalması, alacak devir hızının yükselmesini sağlamıştır. Diğer yandan ana faaliyet konusu gereğince oldukça

sınırlı düzeyde stok bulunduran firmanın stok devir hızı bu sebeple hesaplanmamıştır.

4.1.4. İz Hayvancılık Tarım ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.

Büyükbaş çiftlik hayvanların ticareti ve bu hayvanlardan süt üretimi yapılması alanında faaliyet gösteren firmanın halka arz sonrasında ciddi boyutta kârlılık problemi yaşadığı, 2014, 2016 ve 2019 yıllarının zararlı sonuçlandığı, diğer hesap dönemlerinde de net kârın oldukça sınırlı kaldığı görülmektedir. Özellikle 2016 ve 2019 yılsonu zararı önemli boyuta ulaşmıştır. 2016 yılı zararı, firmanın tahsil edemediği alacakları için ayırdığı karşılık giderleri, personel giderleri ve kredi faiz giderlerinin önceki hesap dönemine kıyasla ciddi oranda artmasından kaynaklanmıştır. 2019 yılı zararının en önemli sebepleri ise firmanın vadeli satışlarının azalmasına bağlı olarak finansman gelirleri ile reeskont gelirlerinin azalması ve kredi faiz giderlerinin artmasıdır. Bu çerçevede aktif kârlılığı, öz kaynak kârlılığı ve net kâr marjı rasyoları, bahsedilen faktörlere bağlı olarak halka arz sonrasında önemli bir performans gösterememiştir.

Şirket'in likidite oranları açısından yapılan analizde, halka arz sonrasında kısa vadeli yabancı kaynak ihtiyacının hızla arttığı, bu sebeple likidite ve nakit oranının da düşüşe geçtiği görülmektedir. Zira uzun vadeli kaynakların bilançodaki payı halka arz sonrasında azalırken, kısa vadeli yükümlülükler ise halka arzın gerçekleştiği 2013 yılından itibaren yaklaşık 4 kat artmıştır.

Şirket'in 2014 yılında yapılan sermaye artırımını ve halka arz sonrası oluşan hisse senedi ihraç primleri öz kaynak yapısı üzerinde olumlu etki yaratmıştır. Ancak firmanın öz kaynak yapısının güçlenmesini sağlayan en önemli etken, 2019 yılında maddi duran varlıkların değerlendirilmesi sonucunda oluşan yaklaşık 15 milyon TL tutarındaki yeniden değerlendirilme artışıdır. Bu durum, halka arz sonrası dönemde finansal kaldıraç ve finansman oranlarının sert bir şekilde düşmesini sağlamıştır.

4.1.5. İzmir Fırça Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Fırça imalatı konusunda faaliyet gösteren şirket, halka arz sonrasında 2018 yılı istisna tutulduğunda kârlılık bakımından istikrarlı bir performans sergilemiş olmasına karşın kârlılık büyümesi, aktif ve öz kaynak büyümesi karşısında sınırlı kalmıştır. Bu sebeple firmanın halka arz sonrasındaki kârlılık oranları önemli bir ilerleme gösterememiştir. 2018 yılının zararlı sonuçlanması ise büyük ölçüde kur farkı giderlerinden kaynaklanmıştır. Nitekim kârla sonuçlanan diğer hesap dönemlerinde de dönem net kârını sınırlayan en önemli faktörlerden birisi kambiyo zararlarıdır.

Şirket'in halka arz sonrası dönemde yabancı kaynaklara bağımlılığının da sürekli olarak arttığı görülmektedir. Zira öz kaynaklar, halka arz sonrası 5 yıllık dönemde yaklaşık olarak aynı seviyede kalmasına karşın, yabancı kaynaklar yaklaşık 2 kat artmıştır. Öz kaynak yapısını zayıflatan en önemli sebep, kambiyo zararı nedeniyle 2018 yılsonunda gerçekleşen 2.694.793 TL tutarındaki zarardır. Şirketin uzun vadeli borçlanabilme kapasitesi artmasına rağmen kısa vadeli finansman ihtiyacı daha yüksek seyretmektedir. Tüm bu faktörler, likidite oranlarının halka arz sonrasında olumsuz bir trend izlemesine, finansal kaldıraç ve finansman oranlarının ise sürekli olarak artmasına yol açmıştır. Ayrıca firmanın

yüksek stok bakiyesinin de likidite oranları üzerinde olumsuz etkisi bulunmaktadır.

4.1.6. Mega Polietilen Köpük Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Polietilen ve köpük mamulleri imalatı alanında faaliyet gösteren Şirketin halka arz öncesi dönemde ve halka arzının gerçekleştiği hesap döneminde sürekli olarak zarar ettiği, halka arz sonrası dönemde kârlılığın yükseldiği ve özellikle 2016-2019 hesap dönemlerini kapsayan 4 yıllık zaman diliminde kârlılığın sürekli olarak ve ciddi ölçüde arttığı gözlemlenmiştir. Bu duruma bağlı olarak kârlılık oranları da halka arz sonrasında olumlu bir performans göstermiştir. Diğer yandan firmanın 2019 yılı içerisinde tekstil alanında da faaliyet göstermeye başlaması bilançonun ve satış gelirlerinin yaklaşık 3 kat büyümesi sonucunu doğurmuştur.

Halka arz sonrası dönemde likidite ve nakit oranlarının da yükseldiği görülmektedir. Buna karşın firmanın 2019 yılında tekstil alanında faaliyet göstermeye başlamasıyla birlikte ticari borç ve stok hacmi ciddi ölçüde yükselmiş, bu durum likidite ve nakit oranlarındaki iyileşmenin sınırlı kalmasına neden olmuştur. Aynı şekilde 2019 öncesinde olumlu bir performans gösteren finansal kaldıraç ve finansman oranları da ilave faaliyetlere bağlı olarak artan ticari borçlar sonucunda olumsuz bir seyir izlemiştir.

4.1.7. Osmanlı Yatırım Menkul Değerler A.Ş.

Bireysel ve kurumsal finansal planlama, yatırım ürünlerinin satışı, finansal danışmanlık, yatırım danışmanlığı ve özel varlık yönetimi alanında faaliyet gösteren firmanın halka arz sonrası dönemde kârlılık performansının ciddi ölçüde iyileştiği görülmektedir. Zira firmanın özel sektöre ait borçlanma araçları ile devlet tahvili satışlarından elde ettiği gelirler, yüksek kârlılığı sağlayan en önemli unsurlar arasındadır. Buna karşın net kâr marjındaki sınırlı yükselişin en önemli nedeni firmanın ana faaliyet konusu gereğince borçlanma aracı alış maliyeti ile satış fiyatı arasındaki marjın oldukça dar olmasıdır. Nitekim satışların maliyeti, satış gelirlerinin ortalama %98'ini oluşturmaktadır. Maliyetlerin önemli bir bölümü Euro tahvil alımı, devlet tahvili alımı ve özel sektör borçlanma araçlarının alımından kaynaklanmaktadır. Kârlılık üzerindeki diğer bir baskı unsuru da genel yönetim giderleri içerisinde önemli bir bakiyeye sahip olan personele verilen ücret, prim ve ikramiyelerdir.

Şirket'in faaliyetleri gereği stok bulundurmaması, likidite oranları üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Halka arz sonrası dönemde likidite ve nakit oranının, halka arz öncesi döneme göre ortalama daha yüksek değerler aldığı görülmektedir. Halka arz sonrası dönemde 2013 ve 2015 yıllarında yapılan sermaye artırımlarıyla öz kaynak yapısının güçlenmesi ve kârlı bir yapının bulunması, finansal kaldıraç ve finansman oranlarının da nispeten düşmesini sağlamıştır.

Şirket'in ana faaliyet konusu nedeniyle stok devir hızı hesaplanmamış olup, alacak devir hızında ise önemli bir değişim meydana gelmemiştir.

4.1.8. Özerden Plastik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Ambalaj ve paketleme sektöründe faaliyet gösteren firmanın halka arz sonrası dönemde yüksek kârlılık performansı sergilemesine karşın 2019 yılında gerçekleşen yüksek zararın etkisiyle kârlılık rasyoları gerilemiştir. Şirketin 2019 yılsonunda ciddi bir zararla karşılaşması, satış gelirleri aynı seviyede kalmasına karşın satış maliyetlerindeki %26 oranındaki artış ve faiz giderlerindeki artıştan kaynaklanmıştır. Şirket'in 2018 yılında yeni şube açması ve faaliyetlerini büyümesi sonucunda kısa ve uzun vadeli kredi ile leasing hacminde artış yaşanmıştır. Diğer bir ifadeyle 2018 yılsonu itibarıyla firmanın yabancı kaynak portföyünün yaklaşık 2 kat büyümesi, 2019 yılında faiz giderlerinin 4 kat artmasına ve firmanın 2019 yılsonunu zararla kapatmasına yol açmıştır.

Şirket'in halka arz sonrası dönemde likidite ve nakit oranlarında iyileşme görülmektedir. Finansal kaldıraç oranındaki iyileşmenin sınırlı kalması ise firmanın 2018 ve 2019 yılı içerisindeki yüksek yabancı kaynak ihtiyacı ve halka arz sonrası dönemde bedelli sermaye artırımını gerçekleştirilmemesinden kaynaklanmıştır.

Firmanın halka arz sonrası dönemde alacak devir hızında yükseliş görülmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, şirket alacaklarının ağırlıklı ortalama vadesinin 2 ay olmasından ve alacakların yaklaşık %40'ının 1 ay vadeli alacaklardan oluşmasıdır. Diğer bir ifadeyle firmanın ticari alacak portföyünde birikme yaşanmamaktadır. Stok devir hızındaki düşüş ise büyük ölçüde şirketin 2018 yılı içerisindeki faaliyet genişlemesine bağlı olarak yüksek stok ediniminden kaynaklanmıştır.

4.1.9. Politeknik Metal Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Alüminyum ve alüminyum kimyasalları sektöründe faaliyet gösteren şirketin olumlu bir kârlılık performansı ortaya koymasına karşın aktif ve öz kaynak büyüme hızının gerisinde kalması nedeniyle aktif kârlılığı ve öz kaynak kârlılığı rasyoları halka arz sonrası dönemde düşmüştür. Özellikle öz kaynak kârlılığı rasyosunda görülen sert düşüşün temel nedeni, şirketin geçmiş yıllar kârını öz kaynaklara eklemesinden kaynaklanmaktadır. Net kâr marjındaki sınırlı iyileşme ise şirketin halka arz sonrası dönemde hacimsel olarak daha yüksek kâr elde etmesinden kaynaklanmaktadır.

Firmanın likidite oranlarının halka arz sonrası dönemde olumlu bir performans sergilediği görülmektedir. Duran varlık hacminin sınırlı olması, yüksek ticari alacak bakiyesi ve özellikle banka kredilerine olan sınırlı bağımlılık, likidite ve nakit oranlarının yükselmesini sağlamıştır. Ayrıca şirketin halka arz sonrası dönemde geçmiş yılları kârını öz kaynaklara ekleyerek öz kaynak yapısını güçlendirmesi, finansal kaldıraç ve finansman oranlarında olumlu etki yaratmıştır.

4.1.10. Rodrigo Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Erkek giyim ürünlerinin imalatı ve satışı alanında faaliyet gösteren şirketin halka arz öncesi dönemde kârlılık probleminin mevcut olduğu, halka arz sonrası dönemde ise kârlılık performansının iyileştiği görülmektedir. Özellikle 2018 ve 2019 yılsonunda aktif kârlılığı %5 seviyesine yaklaşmış, öz kaynak kârlılığı %10 seviyesini, net kâr marjı ise %5 seviyesini aşmış bulunmaktadır. Söz konusu kârlılık performansı, şirketin satış gelirlerini yükseltirken maliyetleri sınırlayabilme

gücünden kaynaklanmaktadır. Diğer yandan vadeli satışlardan elde edilen reeskont faiz gelirleri 2018 yılsonunda gerçekleşen kârlılığın en önemli kaynakları arasında yer almaktadır.

Firmanın likidite oranının halka arz sonrası dönemde kademeli olarak düştüğü görülmektedir. Kısa vadeli yabancı kaynak ve stok hacminin halka arz sonrası dönemde yaklaşık 3 kat artış göstermesi likidite oranının düşmesine neden olmuştur. Diğer yandan şirketin bilançoda nakit varlık tutma isteğinin düşük olması da nakit oranının halka arz sonrası dönemde genel olarak aşağı yönlü bir seyir izlemesine neden olmuştur.

Firmanın halka arz edildiği 2013 yılında gerçekleşen 2.285.000 TL tutarındaki sermaye artırımını dışında analiz konusu dönemde bedelli sermaye artırımını gerçekleştirilmemiştir. Buna ilave olarak halka arz sonrası dönemde kârlılığın sınırlı kalması öz kaynak hacminin büyük ölçüde aynı seviyede seyretmesine neden olmuştur. Buna karşın yabancı kaynak hacminin aynı dönemde yaklaşık 4 kat artış göstermesi, finansal kaldıraç ve finansman oranları üzerinde olumsuz etki yaratmış ve söz konusu rasyo halka arz sonrası dönemde artmıştır.

4.1.11. Taze Kuru Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Her türlü gıda maddelerinin özellikle yaş sebze ve meyvelerden yaş veya kuru mamul, yarı mamul ve bu mamul ve yarı mamullerle ilgili bilimum ham ve yardımcı maddelerin üretilmesi alanında faaliyet gösteren şirketin halka arz öncesinde mevcut olan kârlılık probleminin halka arz sonrası dönemde artarak devam ettiği kârlılık rasyolarından görülebilmektedir. Şirket 2016 ve 2017 yılsonlarında elde ettiği sınırlı kâr dışında diğer tüm hesap dönemlerini zararlı kapatmıştır. Ayrıca şirketin son iki dönemdeki zararı öz kaynak hacmini aşmış, bu sebeple öz kaynak kârlılığı rasyosu "1" değerinin üzerine çıkmıştır. Firmanın ticari faaliyetlerinden kâr elde etmesine karşın faaliyetlerin net zararlı sonuçlanması, pazarlama ve satış maliyetlerinin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer yandan finansman giderleri de kârlılık üzerindeki en önemli baskı unsurlarındandır.

Halka arz sonrası dönemde kısa vadeli yabancı kaynak hacmi ölçülü şekilde yükselen şirketin uzun vadeli borçlanabilme kapasitesi ise ciddi oranda artmıştır. Nitekim 2019 yılsonunda toplam yabancı kaynakların %67'si uzun vadeli yükümlülüklerden oluşmaktadır. Bu sebeple firmanın likidite ve nakit oranlarında halka arz sonrası iyileşme görülmektedir.

Şirket'in finansal kaldıraç ve finansman oranında görülen nicel iyileşme yanıltıcıdır. Zira halka arz öncesi dönem olarak kabul edilen 2011 yılsonu öz kaynaklarının negatif değer alması nedeniyle söz konusu dönemde yabancı kaynaklar aktif büyüklüğün üzerine çıkmış ve finansal kaldıraç oranının "1" değerinin üzerinde gerçekleşmesine neden olmuştur. Olağandışı bir durumun bulunduğu dönemin dikkate alınmaması halinde, finansal kaldıraç oranı ile finansman oranının halka arz sonrası yükseldiği anlaşılmıştır. Nitekim şirketin kârlılık problemi ve halka arz sonrası dönemde yalnızca 2014 yılı içerisinde 100.000 TL tutarında sermaye artırımını gerçekleştirilmesi öz kaynakların ciddi ölçüde zayıflamasına neden olmuştur.

5. SONUÇ

BIST Gelişen İşletmeler Piyasasında yer alan KOBİ niteliğindeki işletmelerin halka arz öncesi dönem ile halka arz edildikten sonraki finansal performanslarının karşılaştırılması ve halka arz sonrasında şirketlerin finansal performanslarında ne yönde değişim olduğunun tespitine yönelik çalışmada, ilgili şirketlerin; aktif kârlılığı, öz kaynak kârlılığı, net kâr marjı, likidite oranı, nakit oranı, finansal kaldıraç ve finansman oranları ile alacak devir hızı ve stok devir hızı rasyoları dikkate alınmıştır. İlgili verilerin halka arz öncesi ve halka arz sonrası değerlerinin karşılaştırılması sonucunda;

- Kârlılık bakımından yalnızca 4 şirketin halka arz sonrası dönemde olumlu performans gösterdiği,
- Likidite yapısı bakımından 8 şirketin likidite ve nakit oranlarının ciddi ölçüde iyileştiği, kalan 3 şirketin ise likidite ve nakit oranlarındaki gerilemenin oldukça sınırlı gerçekleştiği,
- Finansal yapı oranları bakımından 7 şirketin finansal kaldıraç ve finansman oranlarının halka arz sonrası dönemde olumlu yönde düşüş gösterdiği,
- Faaliyet oranları bakımından alacak devir hızının 4 şirkette, stok devir hızının ise 5 şirkette halka arz sonrası dönemde yükseldiği

anlaşılmıştır. Diğer yandan stok devir hızı, ana faaliyet konusu gereğince 2 şirket nezdinde hesaplanmamıştır. Bu açıdan bir değerlendirme yapıldığında, şirketlerin genel olarak kârlılık performansı ile faaliyet oranlarında iyileşmenin sınırlı kaldığı, likidite dengesi ve finansal yapı oranlarının ise olumlu bir trend izlediği sonucuna varılmıştır.

Analiz kapsamındaki şirketlerin büyük çoğunluğunun kârlılık performansında halka arz sonrası dönemde iyileşme görülmemesinin nedenlerini;

- Bazı şirketlerin dönem içerisinde faaliyet konusu değişikliğine ve yeni bir organizasyonel yapılanmaya girmeleri,
- 2016-2019 yıllarını kapsayan dönemde döviz kurundaki yüksek volatilité sonucunda kambiyo zararları ve kur farkı giderlerinin kârlılık üzerinde baskı unsuru oluşturması,
- Tahsil imkânı kalmayan yüksek montanlı ticari alacakların gider hesaplarına yansıtılması,
- Kur farkından kaynaklanan gelirler, maddi duran varlık satış kârları, vadeli döviz mevduatlarından hak kazanılan faiz gelirleri ve fonlara yapılan finansal yatırımların satışından elde edilen gelirler gibi esas faaliyetlerden kaynaklanmayan hususların kârlılık üzerinde belirleyici konumda bulunması,
- Faaliyet alanını ve şubeleşme ağını genişleten şirketlerin artan finansal kaynak ihtiyacı sonucunda yüksek faiz giderlerine maruz kalması

şeklinde belirtmek mümkündür.

Likidite ve finansal yapı oranlarında halka arz sonrası görülen iyileşmenin en önemli nedeni, şirketlerin uzun vadeli borçlanabilme kapasitesinin artması ve halka arzla birlikte hisse senedi ihraç primleri ve sermaye artırımıyla öz kaynakların güçlenmesi olarak değerlendirilmiştir.

Sonuç olarak analiz kapsamındaki Şirketlerin halka arz sonrası dönemde kârlılık ve faaliyet oranları bakımından genel bir iyileşmeden bahsedilemeyeceği, likidite ve finansal yapı oranları açısından ise belirgin bir iyileşmenin bulunduğu kanaatine varılmıştır. İzleyen dönemde konuya ilişkin, halka arz öncesi dönem ile halka arz sonrası dönem rasyoları karşılaştırılarak aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin tespitine yönelik araştırma yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgüç, Öztin (2013), “**Mali Tablolar Analizi**”, 15. Baskı, İstanbul: Arayış Basım Yayın, s.360-365.
- BDDK (2019), “**Aylık Bankacılık Sektörü Verileri: 2019 Aralık**”, <https://www.bddk.org.tr/BultenAylık> Erişim Tarihi: 28.09.2020.
- Bolak, Mehmet (2005), “**İşletme Finansı**”, 2. Baskı, İstanbul: Birsen Yayınevi, s.34-36.
- Borsa İstanbul (2015), “**Gelişen İşletmeler Pazarı**”, <https://www.borsaistanbul.com/data/kilavuzlar/Gelisen-%C4%B0sletmeler-Piyasasi.pdf> Erişim Tarihi: 30.09.2020.
- Bulut, İbrahim Halil (2002), “**Yatırım Bankası İtibarı ve Halka Arz Sonrası Faaliyet Performansı: İMKB Uygulaması**”. İMKB Dergisi. Cilt:10. Sayı:39.
- Bulut, İbrahim Halil ve Çankaya, Fikret ve Er, Bünyamin (2009), “**Yönetici Sahiplik Düzeyinin Halka Arz Sonrası Faaliyet Performansı ve Düşük Fiyatlandırma Üzerine Etkisi: İMKB Örneği**”, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Karadeniz Teknik Üniversitesi. Sayı 11/1.
- Çetin, Mahfus (2015), “**Dünya ve Türkiye Perspektifinde Kobi Borsalarının Gelişiminin Değerlendirilmesi: Borsa İstanbul A.A. (BİST) Gelişen İşletmeler Piyasasına (GİP) Kote İşletmelerin Borsaya Kote Öncesi ve Sonrası Finansal Performanslarının Karşılaştırılması**”, Yüksek Lisans Tezi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Osmaniye.
- KOSGEB (2020), “**2019 Yılı Performans Programı**”, s.iv. https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/Performans%20Program%C4%B1/KOSGEB_2019_Y%C4%B1l%C4%B1_Pperformans_Program%C4%B1.pdf Erişim Tarihi: 28.09.2020.
- Napompech, Kulkanya (2002), “**Financial Performance of Insurance Companies Following Initial Public Offerings**”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, College Of Administration and Business Louisiana Tech University.
- OECD (t.y.), “**Türkiye’deki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Mevcut Durum ve Politikalar**”, <https://www.oecd.org/turkey/33705673.pdf> Erişim Tarihi: 27.09.2020.
- Okka, Osman (2009), “**Analitik Finansal Yönetim: Teori ve Problemler**”, İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım, s.108.
- Pereira, Tiago Pinho and Sousa, Miguel (2012), “**Is There Still a Berlin Wall in the Post-Issue Operating Performance of Europeans**”. Economic and Business Administration. University of Porto. Rua Roberto Frias-2012. Portugal. s.32-33.
- Salur, Mehmet Nuri, Demirci, Mustafa Nihat ve Kesen, Bilal (2018), “**Kobi’lerde Halka Açılmanın Finansal Performansa Etkisi: BİST Gelişen İşletmeler Piyasasında Bir Uygulama**”, İşletme Araştırmaları Dergisi, 10 (1), s.82-102.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2009), “**İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Gelişen İşletmeler Piyasası Yönetmeliği**”, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/08/20090818-13.htm> Erişim Tarihi: 30.09.2020.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2018), “**On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023): Girişimcilik, Kobi’ler, Esnaf ve Sanatkârlar Özel İhtisas Komisyonu Raporu**”, s.16, Ankara, <https://sbb.gov.tr/wp->

content/uploads/2020/04/GirisimcilikKOB%C4%B0lerEsnaf_ve_Sanatk
rlarOzellhtisasKomisyonuRaporu.pdf Erişim Tarihi: 27.09.2020.

Usta, Öcal (2008), “İşletme Finansı ve Finansal Yönetim”, 2. Baskı, Detay
Yayıncılık: Ankara, s. 127.

World Federation of Exchanges (2018), “An Overview of WFE SME Markets”, s.1-
3, [https://www.world-
exchanges.org/storage/app/media/research/Studies_Reports/2018/WF
E%20Overview%20of%20SME%20Markets%20Report%20October%20
2018.pdf](https://www.world-exchanges.org/storage/app/media/research/Studies_Reports/2018/WFE%20Overview%20of%20SME%20Markets%20Report%20October%202018.pdf) Erişim Tarihi: 29.10.2020.

<https://www.londonstockexchange.com/raise-finance/equity/aim> Erişim Tarihi:
29.10.2020.

<https://www.kap.org.tr/tr/Pazarlar> Erişim Tarihi: 30.09.2020.

SORUMLU ORTAK BAŞDENETÇİ ROTASYONUNUN KAR YÖNETİMİ UYGULAMALARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İMALAT SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA¹

Ahmet AKGEMCİ

Arş. Gör. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,
ORCID: 0003-0019-5664

Aydın KARAPINAR

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,
ORCID: 0000-0001-7189-8733

Öz

2000'li yıllarda meydana gelen Enron skandalı sonrasında SOX yasasıyla bağımsız denetçinin belirli periyotlarda rotasyona tabi olması yönünde çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Ancak zorunlu rotasyonun fayda ve maliyetlerine ilişkin literatürde farklı görüşler ve tartışmalar bulunmaktadır. Bu nedenle sorumlu ortak baş denetçi rotasyonunun kar yönetimi üzerindeki etkisinin Türkiye örnekleminde araştırılması önem taşımaktadır. Literatürde anılan tartışmalara Türkiye örneklemini kapsamında katkı sağlamayı hedefleyen bu çalışmanın temel amacı, yasal düzenlemeler çerçevesinde firma ve denetçi düzeyinde gerçekleştirilen zorunlu rotasyon uygulamalarının ve isteğe bağlı denetçi değişikliklerinin (gönüllü firma-gönüllü denetçi) kar yönetimi uygulamaları üzerindeki etkisini tespit etmektir. Bu kapsamda Türkiye'de İmalat Sanayi sektöründe faaliyet gösteren 112 şirketin 2010-2018 yılları arasındaki mali tabloları ve denetim raporları incelenmiş, şirketlerin ilgili tarihlerde gerçekleştirdikleri zorunlu (firma-denetçi) ve gönüllü (firma-denetçi) rotasyonları belirlenmiştir. Araştırmada zorunlu firma, zorunlu denetçi ve gönüllü denetçi rotasyonlarının kar yönetimi uygulamaları üzerinde önemli düzeyde bir etkisinin olmadığına diğer taraftan gönüllü firma rotasyonu ile kar yönetimi arasında zayıf ilişkiler olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmıştır.

THE EFFECT OF RESPONSIBLE PARTNER ROTATION ON EARNINGS MANAGEMENT: AN APPLICATION IN THE MANUFACTURING INDUSTRY

Abstract

After the Enron scandal that took place in the 2000s, various arrangements were made with the SOX law for the independent auditor to be subject to rotation

¹ 09.12.2020 tarihinde Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Prof. Dr. Aydın Karapınar danışmanlığında Ahmet Akgemci tarafından savunulan "Sorumlu Ortak Baş Denetçi Rotasyonunun Kar Yönetimi Uygulamaları Üzerindeki Etkisi: İmalat Sektöründe Bir Uygulama" isimli doktora tezinden (alıntılanmıştır) türetilmiştir.

at certain periods. However, there are different opinions and discussions in the literature regarding the benefits and costs of forced rotation. For this reason, it is important to investigate the effect of responsible partner lead auditor rotation on profit management in the Turkish sample. The main purpose of this study, which aims to contribute to the discussions mentioned in the literature within the scope of the Turkish sample, is to determine the effect of mandatory rotation practices and optional auditor changes (voluntary firm-volunteer auditor) carried out at the firm and auditor level within the framework of legal regulations on earnings management practices. In this context, the financial statements and audit reports of 112 companies operating in the Manufacturing Industry sector in Turkey between the years 2010-2018 were examined, and the mandatory (firm-auditor) and voluntary (firm-auditor) rotations of the companies on the relevant dates were determined. In the study, it was found that the rotations of mandatory firm, mandatory auditor and voluntary auditor do not have a significant effect on earnings management practices, on the other hand, there are weak relations between voluntary firm rotation and earnings management.

Keywords: Earnings Management, Discretionary Accruals, Mandatory Firm Rotation, Mandatory Auditor Rotation, Voluntary Firm Rotation, Voluntary Auditor Rotation, Voluntary Auditor Rotation.

1.GİRİŞ

ABD’de ve bazı Avrupa ülkelerinde meydana gelen finansal skandallar sonrasında yatırımcıyı yanıltmak yada yanlış yönlendirmek üzere gerçekleştirilen manipülatif kar yönetimi uygulamalarının sınırlandırılması noktasında zorunlu rotasyon kavramı ön plana çıkmış, rotasyonun fayda maliyet ve olası etkilerini tespit etmek amacıyla başta ABD olmak üzere birçok ülkede çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalar neticesinde finansal skandalların temel sebebinin denetçilerin bağımsızlıklarını koruyamamalarından kaynaklandığı belirtilmiştir. Bu kapsamda denetçilerin zedelenen itibarını tekrar temin etmek ya da denetçilerin bağımsızlığını sağlamak adına ABD ve diğer ülkelerde firma ve denetçinin zorunlu rotasyona tabi olması yönünde önerilerde bulunulmuştur. (Yalçın,2018:1).

Zorunlu rotasyon uygulamalarından beklenen temel fayda denetçinin bağımsızlığını temin etmek ve kar yönetimi uygulamalarını sınırlandırarak finansal raporlamanın kalitesinin artırılmasıdır. Diğer taraftan zorunlu rotasyonun fayda ve maliyetlerini ilişkin farklı görüşler vardır. Örneğin zorunlu rotasyonu savunanlar rotasyon sonrası yeni denetçinin tarafsız bir bakış açısıyla denetim faaliyetlerini icra edeceğini ve finansal raporlamanın kalitesinin artacağını iddia etmektedir. Zorunlu rotasyona karşı olanlar ise zorunlu rotasyonun kar yönetimi ya da denetim kalitesi üzerinden herhangi bir etkisi olmayacağı hatta rotasyonun maliyetinin faydasını aşacağını belirtmektedir. Bu kapsamda söz konusu bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de denetçinin bağımsızlığının korunması ve finansal raporlamanın kalitesinin artırılması amacıyla SPK ve KGK düzenlemeleri ile 2010-2011-2013 yıllarından itibaren fiilen uygulanan zorunlu denetçi rotasyonunun (firma ve denetçi düzeyinde) ve diğer rotasyon türlerinin (gönüllü firma-gönüllü denetçi) kar yönetimi uygulamaları (finansal raporlamanın kalitesi) üzerindeki etkisini tespit etmektir.

Zorunlu denetçi rotasyonu uygulamalarının ve diğer rotasyon türlerinin kar yönetimi uygulamaları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla hazırlanan çalışmada giriş bölümünden sonra ikinci bölümünde, kar yönetimi uygulamalarının ölçülmesine ilişkin bilgiler bulunmaktadır. Kar yönetimi uygulamaları (finansal raporlamanın kalitesi) ile rotasyon türleri arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalara değinilen üçüncü bölümde, araştırma hipotezlerine yer verilmiş, son bölümde ise araştırma yöntemi ve çalışmanın bulguları yer almaktadır.

2. KAR YÖNETİMİ UYGULAMALARININ ÖLÇÜMLENMESİ

Söz konusu bu çalışmada kar yönetimi uygulamalarının tespiti aşamasında toplam tahakkuk bazlı modellerden faydalanılmıştır.

Model 1 (Kothari)

$$\frac{TA_{it}}{A_{(it-1)}} = \left[\beta_0 + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV - \Delta REC}{A_{(it-1)}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{(it-1)}} \right) + \beta_5 (ROA_{it}) \right] + E_{it}$$

$$(DA)E_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{(it-1)}} - \left[\beta_0 + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV - \Delta REC}{A_{(it-1)}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{(it-1)}} \right) + \beta_5 (ROA_{it}) \right]$$

Burada;

TA= toplam tahakkukları

A(it-1)= i işletmesinin önceki yıl varlık toplamı

ΔREV_{it} = i işletmesinin t yılındaki net satışlarının cari yıl ile önceki yıl arasında meydana gelen değişimi

ΔREC_{it} = i işletmesinin t yılındaki net ticari alacaklarının cari yıl ile önceki yıl arasında meydana gelen değişimi,

PPE_{it} =i işletmesinin t yılındaki maddi duran varlıkları,

ROA_{it}= i işletmesinin t yılındaki varlık getiri oranı

E_{it}- DA = i işletmesinin t yılındaki regresyon hata katsayısı, ihtiyari tahakkukları ifade etmektedir.

Modellerdeki toplam tahakkuklar nakit akışı yöntemi kullanılarak, ihtiyari olmayan tahakkuklar (zorunlu tahakkuklar) ise açıklayıcı değişkenler (parametreler) yardımıyla tahmin edilmektedir. Bu doğrultuda modelde yer alan hata terimi (ϵ) kazanç yönetiminin temsili göstergesi olarak kabul edilen ihtiyari tahakkukların seviyesini ifade etmektedir. Çünkü toplam tahakkukların, ihtiyari olmayan tahakkukların dışında kalan bölümü artık değerleri yani ihtiyari tahakkukları vermektedir (Önder ve Ağca, 2013: 39).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Zorunlu rotasyon politikalarının kar yönetimi –denetim kalitesi-finansal raporlamanın kalitesi üzerindeki etkileri uzun yıllardır tartışılmaktadır. Bu doğrultuda söz konusu bu tartışmalara açıklık getirmek adına literatürde birçok

akademik çalışma yapılmıştır. Çalışmalarda rotasyon uygulamalarının denetimin kalitesine ve finansal raporlama kalitesine olumlu etkisi olduğuna, denetçi değişikliği ya da kısa süreli denetçi müşteri ilişkilerinin kar yönetimi uygulamalarını kısıtladığına yönelik sonuçlar görülmekle beraber², söz konusu bu politikaların finansal raporlamanın ve denetim kalitesini düşürdüğü³ ya da finansal raporlamanın kalitesine herhangi bir etkisinin olmadığı⁴ yönünde sonuçlara da ulaşılmıştır (Gürol ve Tüysüzoğlu, 2018:106-107).

Zorunlu rotasyonu savunanların temel argümanı uzun süreli denetçi müşteri ilişkisinin denetçinin bağımsız davranmasına engel olacağı finansal raporlamanın kalitesinin azalacağıdır. Örneğin Kim ve Yii (2009) çalışmasında zorunlu firma rotasyonu ile kar yönetimi uygulamaları arasındaki ilişkiler incelenmiş, zorunlu firma rotasyonu sonrasında kar yönetimi uygulamalarının azaldığını, denetim kalitesinin arttığını tespit etmiştir. Chi vd. (2009) çalışmasında zorunlu denetçi rotasyonunun denetim kalitesi üzerindeki etkileri incelenmiş ve denetçi rotasyonunun denetim kalitesi üzerinde anlamlı etkileri olmadığına yönelik bulgulara ulaşılmıştır. Firth vd. (2012), çalışmasında firma ve denetçi düzeyinde gerçekleştirilen rotasyon türleri ile olumlu görüş dışında verilmiş denetim görüşü arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Zorunlu denetçi rotasyonu gerçekleştiren firmalarda; zorunlu rotasyon olmayan şirketlere göre düzeltilmiş denetim görüşü verilme olasılığı daha yüksek olduğu, gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu ile denetim görüşü arasında zayıf ilişki olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Mohrmann (2017) çalışmasında zorunlu denetçi rotasyonu ile gönüllü denetçi rotasyonunun kar yönetimi (finansal raporlamanın kalitesi) üzerindeki etkileri incelenmiştir. Zorunlu denetçi rotasyonu ile finansal raporlamanın kalitesi (denetim kalitesi) arasında istatistiki olarak anlamlı ilişkilerin olmadığı; ancak gönüllü denetçi rotasyonunun denetim kalitesini arttırdığına yönelik kanıtlar elde etmiştir. Yalçın (2018) zorunlu firma rotasyonu ile denetim kalitesi arasındaki ilişkilerin incelendiği çalışmada, zorunlu rotasyonla birlikte genel itibarıyla ihtiyari tahakkukların azaldığı bulgularına ulaşılmıştır. Tuan (2019) araştırmada zorunlu firma rotasyonunun denetim kalitesi üzerindeki etkisi incelenmiş, zorunlu firma rotasyonu ile anormal tahakkuklar arasında istatistiki olarak anlamlı ilişkiler tespit edilememiştir. Horton vd. (2020) aynı denetim firması içerisinde gerçekleşen zorunlu denetçi rotasyonu sonrasında tahakkukların azaldığına, denetim kalitesinin arttığına yönelik kanıtlar elde edilmiş; ancak firma rotasyonunun denetim kalitesini arttırdığına ilişkin herhangi bir bulguya rastlanılmamıştır.

² Rotasyon politikalarının denetçinin bağımsızlığına katkı sağlayacağı ve finansal raporlamanın kalitesini olumlu etkileri olacağı görüşünü savunan çalışma sonuçları; Kim ve Yii (2009), Li (2010), Lennox vd. (2014), Elshawarby (2017), Yalçın (2018), Wilson vd., (2018), Azizkhani vd. (2018), Imegi ve Oladutire (2018).

³ Rotasyon uygulamalarının raporlama kalitesini olumsuz etkileyeceğini ve yararlı bir uygulama olmadığı öngören çalışma sonuçları; Ghosh ve Moon (2005), Nguyen ve Kend, (2017),

⁴ Rotasyon uygulamalarının denetim kalitesi- finansal raporlama kalitesi üzerinde etkisi bulunmadığını tespit eden çalışmalar; Ruiz vd. (2009), Omri vd. (2014), Widyaningsih vd. (2019)

Firma ve denetçi düzeyinde gerçekleştirilen zorunlu ve gönüllü rotasyonların kar yönetimi uygulamaları yada finansal raporlamanın kalitesi üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışan literatürdeki çalışmalar incelendiğinde ,rotasyonun dört türüne ilişkin (firma-denetçi; zorunlu-gönüllü) yeterince çalışma yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda söz konusu bu çalışmanın ulusal ve uluslararası literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yukarıda yer alan açıklamalar doğrultusunda rotasyonun dört türünün (firma-denetçi ; zorunlu -gönüllü) kar yönetimi uygulamaları üzerindeki etkilerini tespit edebilmek amacıyla aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuş ve sınanmıştır.

H1a: Zorunlu firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonunun kar yönetimi uygulamaları üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi vardır.

H1b: Zorunlu denetçi rotasyonunun kar yönetimi uygulamaları üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi vardır.

H1c: Gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonunun kar yönetimi uygulamaları üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

H1d: Gönüllü denetçi rotasyonunun kar yönetimi uygulamaları üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.

Zorunlu firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu, aynı denetim firması içerisinde gerçekleşen zorunlu denetçi rotasyonu, gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu ve gönüllü denetçi rotasyonu ile kar yönetimi uygulamaları arasında herhangi bir anlamlı ilişkinin/etkinin var olup olmadığını belirlemek üzere oluşturulan hipotezlerin test edilmesi (sınanması) için aşağıda yer alan model çalıştırılmıştır.

(Model 2)

$$DA(\text{Kothari}) = \beta_0 + \beta_1 4\text{BYKit} + \beta_2 \text{ZFR it} + \beta_3 \text{GFR it} + \beta_4 \text{ZDR it} + \beta_5 \text{GDR it} + \beta_6 \text{SBO it} + \beta_7 \text{VDH it} + \beta_8 \text{PD/DD it} + \beta_9 \text{CFO/AKTFit} + \beta_{10} \text{Ln_AKTFit} + \text{Eit}$$

Burada;

DA= , Kothari Modelleri ile Tahmin Edilen İhtiyari Tahakkukları

ZFR= zorunlu firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu gerçekleştiren işletmeler için "1"; diğerleri için "0"

GFR = gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu gerçekleştiren işletmeler için "1"; diğerleri için "0"

ZDR= Zorunlu denetçi rotasyonu gerçekleştiren işletmeler için "1"; diğerleri için "0"

GDR= Gönüllü denetçi rotasyonu gerçekleştiren işletmeler için "1"; diğerleri için "0"

4BYK= İşletmenin "t" yılında denetim firmasının 4 büyük denetim firmalarından biri olması,

CFO/AKTF= İşletmenin "t" nakit akışlarının aktif toplamına oranı,

Ln_AKTF= İşletmenin "t" yılındaki aktif toplamının logaritması

SBO= İşletmenin “t” yılındaki satışlarındaki büyüme oranı,

VDH= İşletmenin “t” yılındaki varlık devir hızı,

PD/DD= İşletmenin “t” yılındaki Piyasa Değeri/Defter Değeri,

Eit= Hata terimi.

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

Söz konusu bu çalışmada sorumlu ortak baş denetçi rotasyonlarının (firma -denetçi; zorunlu-gönüllü) kar yönetimi uygulamaları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu doğrultuda denetçi rotasyonları, Firth vd. (2012) çalışmasıyla uyumlu olarak zorunlu denetim firması rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu gerçekleştiren gözlemler, aynı denetim firması içerisinde zorunlu denetçi rotasyonu gerçekleştiren gözlemler, gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu gerçekleştiren gözlemler, gönüllü denetçi rotasyonu gerçekleştiren gözlemler ve hiç denetçi rotasyonu yapmayan gözlemler olmak üzere beş kısma ayrılmış; Fargher vd. (2008) , Kim Yi (2009), Chi vd. (2009) ve Yalçın (2018) çalışmalarıyla benzer şekilde ihtiyarı tahakkukların dört değer türünde (mutlak, orijinal , pozitif , negatif) çeşitli karşılaştırma çiftleri (ZFR/ROT.YOK, ZDR/ROT.YOK, GFR/ROT.YOK, GDR/ROT.YOK) oluşturularak denetçi rotasyonunun dört türünün (firma-denetçi; zorunlu-gönüllü) yani denetim firması ve bağımsız denetçi düzeyinde zorunlu ve gönüllü olarak gerçekleştirilen rotasyonların kar yönetimi uygulamaları üzerindeki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

4.1 Tanımlayıcı İstatistikler

Ülkemizde, 2012 yılına kadar uygulanan SPK düzenlemeleri ve 2011 yılında yenilenerek uygulanmaya başlanan TTK 'da hem denetim firmalarının hem de bağımsız denetçilerin belirli periyotlarda rotasyona tabi olması gerektiği yönünde düzenlemeler yer almaktadır. Özellikle bir işletmenin içinde bulunan mali yıldan geriye dönük olarak 7 yıllık süre zarfında, üst üste olmasına bakılmaksızın 5 kez aynı bağımsız denetçi tarafından denetlenmesi halinde bağımsız denetçinin zorunlu olarak rotasyona tabi olması, denetim firmasının ise 10 yıl içerisinde 7 kez aynı firmayı denetlemesi durumunda rotasyona tabi olması şartı getirilmiştir. Bu kapsamda imalat sektöründe 2010-2018 yılları arasında faaliyet gösteren 112 şirketin denetim raporları ve mali tabloları incelenmiş, SPK ve KGK düzenlemeleri çerçevesinde denetçi rotasyonunun 4 türünü gerçekleştiren şirket gözlem yılları ve hiç denetçi rotasyonu gerçekleştirilmeyen şirket gözlem yılları belirlenmiştir.⁵

⁵ Firma ve denetçi düzeyinde zorunlu ve gönüllü olarak gerçekleşen rotasyon uygulamalarının kar yönetimi (denetim kalitesi) üzerindeki etkilerinin tespit edildiği önceki çalışmalarda Kim ve Yii (2009) 9 yıl 748 gözlem/yıl ; Firth vd. (2012) 9 yıl 8.560 gözlem/yıl ; ; Salleh ve Jasmini (2014) 10 yıl 1.535 gözlem/yıl ; Leensen (2016) 9 yıl 735 gözlem/yıl ; Löfving ve Widenius (2016) 7 yıl 1371 gözlem/yıl ; Febrianto vd. (2017) 14 yıl 857 gözlem/yıl ; Wang ve Zhu (2018) 11 yıl 1477 gözlem/yıl ; Yalçın (2018) 7 yıl 868 gözlem/yıl ; Tuan (2019) 8 yıl 1230 gözlem/yıl ; Sulisty vd. (2019) 14 yıl 688 gözlem/yıl ; Mohaisen vd. (2019) 3 yıl 138 gözlem/yıl ; Widyaningsih vd. (2019) 8 yıl 2.403 gözlem/yıl ; Julia vd. (2019) 5 yıl 130 gözlem/yıl ; Narayanaswamy R. ve Raghunandan K. (2019) 4 yıl 4.087 gözlem/yıl verileri kullanılmıştır.

Tablo 1. Örneklem Dağılımı

Panel A: Genel Örneklem										
YILLAR	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Toplam
İmalat Sanayi Şirket Sayısı	167	176	171	178	187	189	181	176	174	1599
Araştırmaya Konu Şirket Sayısı	112	112	112	112	112	112	112	112	112	1008
Panel B: Nihai Örneklem										
Denetim Firması Zorunlu Değişen	52	6	2	11	3	4	4	41	3	126
Denetim Firması Gönüllü Değişen	18	14	16	32	13	4	18	12	10	137
Zorunlu Denetçi Rotasyonu	---	1	4	2	3	16	7	1	7	41
Gönüllü Denetçi Rotasyonu	8	18	24	6	13	20	15	14	14	132
Bağımsız Denetçi Değişmeyen	34	73	66	61	80	68	68	44	78	572
TOPLAM	112	112	112	112	112	112	112	112	112	1008

BIST'te işlem gören 112 imalat sanayii şirketinin, 2010-2018 yılları arasında gerçekleştirdikleri denetçi rotasyonları (firma-denetçi; zorunlu-gönüllü) Firth vd. (2012) çalışmasıyla benzer şekilde 5 farklı gruba ayrılmıştır. Buna göre, zorunlu firma rotasyonu kaynaklı denetçi değişikliği gerçekleştiren 126 şirket yıl verisi; gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu gerçekleştiren 137 şirket yıl verisi; zorunlu denetçi rotasyonu gerçekleştiren 41 şirket yıl verisi; gönüllü denetçi rotasyonu gerçekleştiren 132 şirket yıl verisi; denetçi rotasyonu gerçekleştirmeyen 572 şirket yıl verisi bulunmaktadır. Tablo 1'de görüleceği üzere 2010-2018 yılları arasında zorunlu denetçi rotasyonu en fazla 2015 yılında; en az 2011 yılında gerçekleşmiştir. Diğer taraftan zorunlu firma rotasyonunun neden olduğu denetçi rotasyonunun en fazla 2010 ve 2017; en az 2012 yıllarında gerçekleştiği görülmektedir. Rotasyon türlerinin etkilerinin belirlenmesi amacıyla kurulan çok değişkenli modele ilişkin tanımlayıcı istatistikler tablo 2 'de yer almaktadır.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

PANEL A: Zorunlu Denetim Firması Rotasyonu Kaynaklı Denetçi Rotasyonu Gerçekleştiren Gözlemler (N=126)					
	Gözlem	Ortalama	En Yüksek	En Düşük	St.Sapma
DA-Orjinal	126	-0.00803	0.59298	-0.48597	0.10412
DA-Mutlak	126	0.06530	0.59298	0.00036	0.08127
DA-Pozitif(+)	53	0.06810	0.59298	0.00036	0.09346
DA-Negatif(-)	73	-0.06337	-0.00095	-0.48597	0.07176
PANEL B: Gönüllü Denetim Firması Rotasyonu Kaynaklı Denetçi Rotasyonu Gerçekleştiren Gözlemler (N=137)					
DA-Orjinal	137	0.00836	0.92420	-0.43787	0.16852
DA-Mutlak	137	0.10660	0.92420	0.00022	0.13049
DA-Pozitif(+)	67	0.11753	0.92420	0.00367	0.16152
DA-Negatif(-)	70	-0.09612	-0.00022	-0.43787	0.09151
PANEL C: Zorunlu Denetçi Rotasyonu Gerçekleştiren Gözlemler (N=41)					
DA-Orjinal	41	-0.01242	0.23081	-0.16949	0.09794
DA-Mutlak	41	0.07907	0.23081	0.00129	0.05782
DA-Pozitif(+)	16	0.08538	0.23081	0.00129	0.06787
DA-Negatif(-)	25	-0.07503	-0.00871	-0.16949	0.05147
PANEL D: Gönüllü Denetçi Rotasyonu Gerçekleştiren Gözlemler (N=132)					
DA-Orjinal	132	0.00234	0.46813	-1.65761	0.18831
DA-Mutlak	132	0.09802	1.65761	0.00316	0.16057
DA-Pozitif(+)	73	0.09074	0.46813	0.00502	0.09678
DA-Negatif(-)	59	-0.10702	-0.00316	-1.65761	0.21554
PANEL E: Denetçi Rotasyonu Gerçekleştirmeyen Gözlemler (N=572)					
DA-Orjinal	572	0.00011	0.75083	-0.98129	0.12728
DA-Mutlak	572	0.08290	0.98129	0.00015	0.09651
DA-Pozitif(+)	266	0.08926	0.75083	0.00051	0.09766
DA-Negatif(-)	306	-0.07737	-0.00015	-0.98129	0.09550
PANEL F: Genel Örneklem (N=1008)					
Sat.Büy.Or (SBO)	1008	0.1869	12.8000	-0.9700	0.5088
Var.Dev.Hız (VDH)	1008	1.0243	4.3500	0.0200	0.5209
4 BYK	1008	0.6470	1.0000	0.0000	0.4781
PD/DD	1008	2.0026	74.6100	-69.1600	4.9885
Cfo/Ait	1008	0.0606	7.5080	-1.0630	0.2651
Akt. Toplam(LN)	1008	19.5140	24.4130	13.7840	1.7994

Tablo 2’de denetçi rotasyon türlerinin (Panel A-B-C-D) ve hiç rotasyon yapmayan gözlemlerin (Panel E) ihtiyari tahakkuklarına ait istatistiksel bilgiler ve

112 şirketin (Panel F) 1008 gözlem/yıl verilerine ait kontrol değişkenlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

4.2 Kothari Modeliyle Tahmin Edilen İhtiyari Tahakkukların Regresyon Bulguları

Firma ve denetçi düzeyinde gerçekleştirilen zorunlu rotasyon uygulamalarının ve diğer rotasyon türlerinin (gönüllü firma- gönüllü denetçi) kar yönetimi uygulamaları üzerindeki etkilerinin incelendiği bu çalışmada, oluşturulan hipotezler sınanmadan önce zaman ve birim etkilerin varlığı tespit edilmiş, Hausman Testi ile en uygun tahmin yöntemi belirlenmiş ve daha sonra değişen varyans, otokolerasyon, birimler arası kolerasyon ve çoklu doğrusal bağlantı varsayımlarının sağlanıp sağlanmadığı test edilmiştir. Modellerin değişen varyans ve birimler arası kolerasyon (yatay kesit bağımlılığı) varsayımlarını sağlamadığının belirlenmesi nedeniyle, yatay kesit boyutunun (N) büyük ve zaman boyutunun (T) küçük olduğu durumda da tutarlı tahminler verebilen “Driscoll ve Kraay” standart hatalarının kullanıldığı sabit etkiler modelleri kullanılmıştır. Bu kapsamda ihtiyari tahakkukların dört türünün (mutlak, orijinal, pozitif, negatif) Kothari modeli ile tahmin edilmesiyle çalıştırılan model 2 ‘nin tahmin sonuçları aşağıda yer almaktadır.

4.2.1 İhtiyari Tahakkukların Mutlak Değerlerine İlişkin Regresyon Bulguları

Tablo 3. Mutlak İhtiyari Tahakkuklar İle Tahmin Edilmiş Analiz Sonuçları

	PANEL A		PANEL B		PANEL C		PANEL D	
	ZFR (126) ROT. YOK (572)		ZDR (41) ROT. YOK (572)		GFR (137) ROT. YOK (572)		GDR (132) ROT. YOK (572)	
DA(MUT.)	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t
PD/DD	0.0013	(1.83) 0.07***	-0.0016	(-0.57) 0.573	0.0007	(3.95) 0.000*	-0.0011	(-0.49) 0.628
4BYK	0.0011	(0.08) 0.937	-0.0030	(-0.18) 0.859	-0.0068	(-0.80) 0.423	0.0083	(0.69) 0.493
CFO/AKFT	0.0478	(2.44) 0.016**	0.0459	(2.84) 0.005*	0.0379	(2.81) 0.006*	0.0390	(2.29) 0.024**
AKTF LN	0.0018	(0.77) 0.442	0.0022	(0.88) 0.379	0.0044	(1.43) 0.157	0.0038	(1.39) 0.166
SBO	0.0382	(3.86) 0.000*	0.0297	(2.43) 0.017**	0.0316	(3.61) 0.000*	0.0302	(2.83) 0.006*
VDH	0.0392	(1.44) 0.153	0.0597	(1.92) 0.058***	0.0486	(1.94) 0.055***	0.0833	(2.48) 0.014**
ZFR	-0.0110	(-3.35) 0.001*	---	---	---	---	---	---
ZDR	---	---	0.0105	(3.30) 0.001*	---	---	---	---
GFR	---	---	----	---	0.0173	(2.89) 0.005*	---	---
GDR	---	---	----	---	---	---	0.0040	(0.59) 0.559
Cons	-0.0075	(-0.12) 0.906	-0.0307	(-0.41) 0.679	-0.0592	(-0.76) 0.446	-0.0885	(-1.10) 0.275
GÖZLEM	698		613		709		704	
F	287.87		2986.02		235.50		158.04	
Prob > F	0.000		0.000		0.000		0.000	
R-squared	0.1343		0.1555		0.1145		0.1331	

legend: * p<0.01; ** p<0.05; *** p<0.1

Tablo 3 Panel A’da yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan

değerinin %13 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Denetim firmasının zorunlu rotasyona tabi olması halinde, denetim firmasıyla birlikte sorumlu ortak baş denetçi de değişmekte, denetçi rotasyonuna zorunlu denetim firması değişikliği neden olmaktadır. Bu bağlamda zorunlu denetim firması rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu (ZFR) değişkeninin “t” değerinin -3.35, “p” değerinin 0.001, katsayısının -0.011 olduğu, firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonunun kar yönetimi uygulamalarını azalttığı ve bu ilişki ve etkinin istatistiki olarak % 1 düzeyinde anlamlı olduğu görülmekte zorunlu denetim firması rotasyonu kaynaklı denetçi değişikliği gerçekleştiren işletmeler ile denetçi rotasyonu gerçekleştirmeyen işletmeler arasında kar yönetimi uygulamaları açısından anlamlı bir farklılık olduğu anlamına gelmektedir. Elde edilen bu sonuçlar Febriento vd. (2017), Kim vd. (2015), Kim Yii vd. (2009), Yalçın (2018) çalışmalarıyla benzerlik; Leensen (2016), Löfving ve Widenius (2016), Fargher vd. (2008), Siregar vd. (2012), Sulistyo vd. (2019), Tuan (2019), Narayaswamy R. ve Raghunandan (2019), Widyaningsih vd. (2019), Horton vd. (2020) çalışmalarıyla farklılık göstermektedir.⁶ Diğer taraftan CFO, SBO,PD/DD değişkenleri istatistiki olarak anlamlı; 4BYK,AKTF, VDH parametrelerinin istatistiki olarak anlamsız olduğu görülmektedir.

Tablo 3 Panel B’de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan χ^2 değerinin %15 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleşen zorunlu denetçi rotasyonu parametresinin (ZDR) “t” değerinin 3.30, “p” değerinin 0.001, katsayısının 0.0105 olduğu, zorunlu denetçi rotasyonu ile birlikte kar yönetimi uygulamalarının arttığı ve söz konusu bu ilişkinin istatistiki olarak %1 düzeyinde anlamlı olduğu görülmekte, zorunlu denetçi rotasyonu gerçekleştiren işletmeler ile denetçi rotasyonu gerçekleştirmeyen işletmeler arasında kar yönetimi uygulamaları açısından anlamlı bir farklılık olduğu anlamına gelmektedir. Bu kapsamda analiz sonuçlarından elde edilen bulguların Siregar vd. (2012), Sulistyo vd. (2019), Monroe ve Hossain (2013), Firth vd. (2012), Fargher vd. (2008), Imegi ve Oladutire (2018), Wang ve Zhu (2018), Horton vd. (2020) çalışmalarıyla farklılık; Choi vd. (2017) çalışmasıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir. Diğer taraftan CFO, SBO, VDH değişkenleri istatistiki olarak anlamlı; 4BYK, AKTF,PD/DD parametrelerinin istatistiki olarak anlamsız olduğu görülmektedir.

Tablo 3 Panel C’de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan χ^2 değerinin %11 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu (GFR) değişkeninin “t” değerinin 2.89, “p” değerinin 0.005, katsayısının 0.017 olduğu gönüllü firma değişikliği nedeniyle denetçi

⁶ Zorunlu rotasyon uygulamalarının kar yönetimi, denetim kalitesi yada finansal raporlamanın kalitesi üzerindeki etkilerinin tespit edilmesine yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda ihtiyari tahakkuklar, denetim görüşleri ve denetim başarısızlığı gibi değişkenler kullanılmış ve rotasyon politikalarını destekleyen ve bu politikalara karşı olan sonuçlar elde edilmiştir. Bu kapsamda söz konusu bu çalışmada elde edilen sonuçların diğer çalışma sonuçları ile mukayese edilmesi aşamasında rotasyon politikalarını destekleyen ve karşı olan sonuçlar baz alınmıştır.

rotasyonu gerçekleşmesi halinde kar yönetimi uygulamalarının artışı ve bu ilişkinin %1 düzeyinde anlamlı olduğu görülmekte isteğe bağlı (gönüllü) denetim firması rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu gerçekleştiren işletmeler ile denetçi rotasyonu gerçekleştirmeyen işletmeler arasında kar yönetimi uygulamaları noktasında pozitif yönde anlamlı bir farklılık olduğu anlamına gelmektedir. Söz konusu bu bulgular Kim vd. (2015) ve Widyaningsih vd. (2019) çalışmalarıyla farklılık, Yaşar ve Yalçın (2018), Mohaisen vd. (2019) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Diğer taraftan CFO, SBO, VDH,PD/DD değişkenleri istatistiki olarak anlamlı; 4BYK, AKTF parametrelerinin istatistiki olarak anlamsız olduğu görülmektedir.

Tablo 3 Panel D’de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R^2 değerinin %13 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleştirilen gönüllü denetçi rotasyonu (GDR) değişkeninin “t” değerinin 0.59, “p” değerinin 0.559, katsayısının 0.004 olduğu gönüllü denetçi rotasyonu ile birlikte kar yönetimi uygulamalarının artışı ancak bu ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda elde edilen bulgular Fargher vd. (2008), Mohrmann vd.(2017) çalışmalarıyla farklılık, Mohaisen vd. (2019), çalışmasıyla tutarlılık göstermektedir. Diğer taraftan 4BYK, PD/DD, AKTLN değişkenlerinin istatistiki olarak anlamsız; CFO, SBO ve VDH açıklayıcı parametrelerin ise istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

4.2.2 İhtiyari Tahakkukların Orijinal Değerlerine İlişkin Regresyon Bulguları

Tablo 4. Orijinal İhtiyari Tahakkuklar İle Tahmin Edilmiş Analiz Sonuçları

	PANEL A		PANEL B		PANEL C		PANEL D	
	ZFR (126) ROT.YOK (572)		ZDR (41) ROT. YOK(572)		GFR (137) ROT.YOK (572)		GDR (132) ROT.YOK (572)	
DA(OR.)	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t
PD/DD	-0.0017	(-2.37) 0.020**	-0.0029	(-1.19) 0.237	-0.0013	(-2.35) 0.020**	-0.0014	(-0.54) 0.589
4BYK	-0.0105	(-0.78) 0.435	-0.0246	(-1.79) 0.076***	-0.0202	(-1.84) 0.069***	-0.0286	(-3.56) 0.001*
CFO/AKFT	-0.1436	(-3.17) 0.002*	-0.1340	(-3.53) 0.001*	-0.1752	(-3.73) 0.000*	-0.1394	(-2.48) 0.015**
AKTF LN	-0.0031	(-1.50) 0.136	-0.0057	(-2.67) 0.009*	-0.0025	(-0.77) 0.443	-0.0091	(-4.37) 0.000*
SBO	0.0682	(11.11) 0.000*	0.0670	(9.94) 0.000*	0.0642	(7.33) 0.000*	0.0751	(15.18) 0.000*
VDH	-0.0122	(0-.47) 0.641	-0.0340	(-1.22) 0.223	-0.0140	(-0.36) 0.719	-0.0576	(-3.00) 0.003*
ZFR	-0.0054	(-0.58) 0.564	---	---	---	---	---	---
ZDR	---	---	-0.0045	(-0.57) 0.568	---	---	---	---
GFR	---	---	---	---	0.0047	(0.66) 0.508	---	---
GDR	---	---	---	---	---	---	-0.0023	(-0.13) 0.893
Cons	0.0817	(1.61) 0.110	0.1659	(2.68) 0.009*	0.0799	(0.97) 0.335	0.2563	(4.74) 0.000*
GÖZLEM	698		613		709		704	
F	87768.36		173.72		115.82		62995.75	
Prob > F	0.000		0.000		0.000		0.000	
R-squared	0.2447		0.2478		0.2638		0.2002	

Not: (Tablo 4’ün devamı) legend: * p<0.01; ** p<.05; *** p<0.1

Tablo 4 Panel A'da yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan χ^2 değerinin %24 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Denetim firmasının zorunlu rotasyona tabi olması halinde, denetim firmasıyla birlikte sorumlu ortak baş denetçi de değişmekte, denetçi rotasyonuna zorunlu denetim firması değişikliği neden olmaktadır. Bu bağlamda zorunlu denetim firması rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu (ZFR) değişkeninin "t" değerinin -0.58, "p" değerinin 0.564, katsayısının -0.005 olduğu, firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu sonrasında kar yönetimi uygulamaları azaldığı ancak bu ilişki ve etkinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı bulgularına ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuçlar Kim vd. (2015),) çalışmalarıyla farklılık; Löfving ve Widenius (2016),), Tuan (2019), Narayaswamy R. ve Raghunandan (2019) , Widyarningsih vd. (2019), Horton vd. (2020) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Diğer taraftan CFO, SBO,PD/DD değişkenleri istatistiki olarak anlamlı; 4BYK,AKTF,VDH parametrelerinin istatistiki olarak anlamsız olduğu görülmektedir.

Tablo 4 Panel B'de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan χ^2 değerinin %24 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleşen zorunlu denetçi rotasyonu parametresinin (ZDR) "t" değerinin -0.57, "p" değerinin 0.568, katsayısının -0.004 olduğu, zorunlu denetçi rotasyonu ile birlikte kar yönetimi uygulamalarının azaldığı ancak söz konusu bu ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda analiz sonuçlarından elde edilen bulguların, Monroe ve Hossain (2013), Siregar vd. (2012), Sulistyo vd. (2019), Fargher vd. (2008) İmega ve Oladutire (2018), Wang ve Zhu (2018), Horton vd. (2020) çalışmalarıyla farklılık; Chi vd. (2009), Mohrmann vd. (2017) çalışmalarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir. Diğer taraftan 4 BYK, CFO, SBO, AKTF değişkenleri istatistiki olarak anlamlı; PD/DD,VDH parametrelerinin istatistiki olarak anlamsız olduğu görülmektedir.

Tablo 4 Panel C'de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan χ^2 değerinin %26 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu (GFR) değişkeninin "t" değerinin 0.66, "p" değerinin 0.508, katsayısının 0.004 olduğu gönüllü firma değişikliği nedeniyle denetçi rotasyonu gerçekleşmesi halinde kar yönetimi uygulamalarının arttığı ancak bu ilişkinin anlamlı olmadığı görülmekte, söz konusu bu bulgular Kim vd. (2015), Yaşar ve Yalçın (2018), Mohaisen vd. (2019) ve Widyarningsih vd. (2019) çalışmalarıyla tutarsızlık göstermektedir. . Diğer taraftan 4BYK, CFO, SBO, PD/DD değişkenleri istatistiki olarak anlamlı; AKTF, VDH parametrelerinin istatistiki olarak anlamsız olduğu görülmektedir.

Tablo 4 Panel D'de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan χ^2 değerinin %20 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleştirilen gönüllü denetçi rotasyonu (GDR) değişkeninin "t" değerinin -0.13,

“p” değerinin 0.893, katsayısının -0.002, gönüllü denetçi rotasyonu ile birlikte kar yönetimi uygulamalarının azaldığı ancak bu ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda elde edilen bulgular Fargher vd. (2008), Mohrmann vd.(2017) çalışmalarıyla farklılık, Mohaisen vd. (2019), çalışmasıyla tutarlılık göstermektedir. Diğer taraftan “PD/DD”, değişkenlerinin istatistiki olarak anlamsız; “4BYK”, VDH”, “CFO” “AKTLN” ve “SBO” açıklayıcı parametrelerin ise istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

4.2.3 İhtiyari Tahakkukların Pozitif Değerlerine İlişkin Regresyon Bulguları

Tablo 5. Pozitif İhtiyari Tahakkuklar İle Tahmin Edilmiş Analiz Sonuçları

DA(POZ.)	PANEL A ZFR (53) ROT. YOK (266)		PANEL B ZDR (16) ROT. YOK(266)		PANEL C GFR (67) ROT. YOK (266)		PANEL D GDR (73) ROT. YOK (266)	
	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t
PD/DD	0.0098	(2.07) 0.041**	0.0081	(1.57) 0.121	0.0130	(3.55) 0.001*	0.0081	(1.59) 0.115
4BYK	0.0136	(1.15) 0.253	0.0013	(0.11) 0.909	-0.0295	(-2.43) 0.017**	-0.0087	(-0.70) 0.484
CFO/AKFT	-0.5247	(-14.25) 0.000*	-0.4727	(-8.95) 0.000*	-0.4450	(-8.75) 0.000*	-0.4636	(-9.81) 0.000*
AKTF LN	0.0002	(0.14) 0.886	0.0002	(0.12) 0.901	0.0061	(2.77) 0.007*	0.0009	(0.57) 0.572
SBO	0.0333	(13.30) 0.000*	0.0286	(16.51) 0.000*	0.0102	(0.80) 0.423	0.0328	(10.99) 0.000*
VDH	0.0352	(1.96) 0.053***	0.0312	(1.42) 0.159	0.0536	(3.12) 0.002*	0.0243	(1.38) 0.171
ZFR	-0.0089	(-1.07) 0.286	---	---	---	---	---	---
ZDR	---	---	0.0056	(0.46) 0.650	---	---	---	---
GFR	---	---	---	---	0.0141	(1.44) 0.154	---	---
GDR	---	---	---	---	---	---	-0.0091	(-0.77) 0.442
Cons	0.0156	(0.46) 0.646	0.0326	(0.84) 0.400	-0.0922	(-2.13) 0.036**	0.0353	(1.33) 0.185
GÖZLEM	319		282		333		339	
F	1231.73		223.76		34966.84		8168.15	
Prob > F	0.000		0.000		0.000		0.000	
R-squared	0.4692		0.4114		0.3137		0.3706	

legend: * p<0.01; ** p<0.05; *** p<0.1

Tablo 5 Panel A’da yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R² değerinin %46 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Zorunlu denetim firması rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu (ZFR) değişkeninin “t” değerinin -1.07, “p” değerinin 0.286, katsayısının -0.008 olduğu, firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu sonrasında pozitif yönde gerçekleşen kar yönetimi uygulamalarının azaldığı ancak bu ilişki ve etkinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı bulgularına ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuçlar Kim vd. (2015), Febrianto vd. (2017), Choi vd. (2017) çalışmalarıyla farklılık; Leensen vd. (2016), Löfving ve Widenius (2016), Siregar vd. (2012), Tuan (2019), Narayaswamy R. ve Raghunandan (2019), Widyaningsih vd. (2019) ve Horton vd. (2020) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Diğer taraftan 4BYK, AKTLN değişkenlerinin istatistiki olarak anlamsız; PD/DD, CFO, SBO ve VDH açıklayıcı parametrelerin ise istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 5 Panel B’de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R^2 değerinin %41 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleşen zorunlu denetçi rotasyonu parametresinin (ZDR) “t” değerinin 0.46, “p” değerinin 0.650 olduğu, zorunlu denetçi rotasyonu ile birlikte karı artırıcı yönde gerçekleşen kar yönetimi uygulamalarının arttığı ancak söz konusu bu ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda analiz sonuçlarından elde edilen bulguların, Monroe ve Hossain (2013), Siregar vd. (2012), Sulistyo vd. (2019), Lennox (2014), Firth vd. (2012), Fargher vd. (2008), Wang ve Zhu (2018) ve Horton vd. (2020) çalışmalarıyla farklılık; Chi vd. (2009), Mohrmann vd. (2017) çalışmalarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir. Diğer taraftan 4BYK, PD/DD, AKTLN ve VDH değişkenlerinin istatistiki olarak anlamsız; CFO ve SBO açıklayıcı parametrelerin ise istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 5 Panel C’de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R^2 değerinin %31 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu (GFR) değişkeninin “t” değerinin 1.44, “p” değerinin 0.154 olduğu gönüllü firma değişikliği nedeniyle denetçi rotasyonu gerçekleşmesi halinde pozitif yöndeki kar yönetimi uygulamalarının arttığı ancak bu ilişkinin anlamlı olmadığı görülmekte, söz konusu bu bulgular Kim vd. (2015) Yaşar ve Yalçın (2018), Widyaningsih vd. (2019) ve Mohaisen vd. (2019) çalışmalarıyla tutarsızlık göstermektedir. Diğer taraftan SBO değişkeninin istatistiki olarak anlamsız; PD/DD, CFO, 4BYK, , AKTLN ve VDH açıklayıcı parametrelerin ise istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 5 Panel 5 D’de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R^2 değerinin %37 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleştirilen gönüllü denetçi rotasyonu (GDR) değişkeninin “t” değerinin -0.77, “p” değerinin 0.442, gönüllü denetçi rotasyonu ile birlikte kar yönetimi uygulamalarının azaldığı ancak bu ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda elde edilen bulgular Fargher vd. (2008), Mohrmann vd. (2017) çalışmalarıyla farklılık, Mohaisen vd. (2019), çalışmasıyla tutarlılık göstermektedir. Diğer taraftan PD/DD ,4BYK, AKTLN ve VDH değişkenlerinin istatistiki olarak anlamsız, CFO, SBO açıklayıcı parametrelerin ise istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

4.2.4 İhtiyari Tahakkukların Negatif Değerlerine İlişkin Regresyon Bulguları

Tablo 6. Negatif İhtiyari Tahakkuklar İle Tahmin Edilmiş Analiz Sonuçları

	PANEL A		PANEL B		PANEL C		PANEL D	
	ZFR (73) ROT. YOK (306)		ZDR (25) ROT. YOK (306)		GFR (70) ROT. YOK (306)		GDR (59) ROT. YOK (306)	
DA(NEG.)	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t	Coef.	t P> t
PD/DD	0.0020	(3.26) 0.001*	0.0023	(1.12) 0.265	0.0011	(6.04) 0.000*	-0.0001	(-0.04) 0.970
4BYK	-0.0005	(-0.07) 0.943	0.0132	(1.18) 0.240	0.0099	(1.48) 0.141	0.0269	(2.64) 0.009*

CFO/AKFT	0.0719	(4.63) 0.000*	0.0681	(5.75) 0.000*	0.0750	(5.18) 0.000*	0.0422	(1.60) 0.114
AKTF LN	0.0055	(3.74) 0.000*	0.0056	(2.19) 0.031**	0.0049	(1.75) 0.083***	0.0120	(2.13) 0.036**
SBO	0.0076	(0.28) 0.778	0.0072	(0.43) 0.666	0.0070	(0.33) 0.741	0.0164	(0.80) 0.425
VDH	0.0394	(1.22) 0.224	0.0536	(1.69) 0.094***	0.0426	(1.28) 0.203	0.1142	(2.49) 0.014**
ZFR	-0.0000	(-0.01) 0.992	---	---	---	---	---	---
ZDR	---	---	0.0007	(0.07) 0.944	---	---	---	---
GFR	---	---	---	---	0.0217	(2.59) 0.011**	---	---
GDR	---	---	---	---	---	---	0.0309	(1.85) 0.068***
Cons	-0.0870	(-1.48) 0.141	-0.1126	(-1.40) 0.166	-0.0822	(-1.02) 0.308	-0.3055	(-2.05) 0.043**
GÖZLEM	379		331		376		365	
F	32.09		68.59		599.71		114.13	
Prob > F	0.000		0.000		0.000		0.000	
R-squared	0.1717		0.1978		0.1945		0.1725	

legend: * p<0.01; ** p<.05; *** p<0.1

Tablo 6 Panel A'da yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R^2 değerinin %17 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Zorunlu denetim firması rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu (ZFR) değişkeninin "t" değerinin -0.01, "p" değerinin 0.992 olduğu, firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonunun negatif yönde gerçekleşen kar yönetimi uygulamaları üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı görülmektedir. Elde edilen bu sonuçlar Kim vd. (2015), Febriento vd. (2017) çalışmalarıyla farklılık; Löfving vd. (2016), Sulistyo vd. (2019), Tuan (2019), Narayaswamy R. ve Raghunandan (2019), Widyarningsih vd. (2019) ve Horton vd. (2020) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir.

Tablo 6 Panel B'de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R^2 değerinin % 19 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleşen zorunlu denetçi rotasyonu parametresinin (ZDR) "t" değerinin 0.07, "p" değerinin 0.944 olduğu, zorunlu denetçi rotasyonu ile birlikte karı azaltıcı yönde gerçekleşen kar yönetimi uygulamalarının arttığı ancak söz konusu bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda analiz sonuçlarından elde edilen bulguların Monroe ve Hossain (2013), Siregar vd. (2012), Sulistyo vd. (2019), Lennox (2014), Fargher vd. (2008), Wang ve Zhu (2018) ve Horton vd. (2020) çalışmalarıyla farklılık; Chi vd. (2009), Mohrmann vd. (2017) çalışmalarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Tablo Panel C'de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R^2 değerinin % 19 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Gönüllü firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu (GFR) değişkeninin "t" değerinin 2.59, "p" değerinin 0.011 olduğu gönüllü firma değişikliği nedeniyle denetçi rotasyonu gerçekleşmesi halinde negatif yöndeki kar yönetimi uygulamalarının arttığı ve bu ilişkinin istatistiksel olarak %5 düzeyinde anlamlı olduğu görülmekte, söz konusu bu bulgular

(Kim vd. 2015), Yaşar ve Yalçın (2018), Widyaningsih vd. (2019) çalışmalarıyla tutarsızlık; Mohaisen vd. (2019) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir.

Tablo 6 Panel 6 D’de yer alan regresyon sonuçları incelendiğinde; modelin anlamlılığını gösteren Prob >F değerinin 0.000 olduğu, modelin istatistiksel olarak anlamlı çıktığı ve dolayısıyla yorumlanmaya uygun olduğu, diğer taraftan R^2 değerinin % 17 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleştirilen gönüllü denetçi rotasyonu (GDR) değişkeninin “t” değerinin 1.85, “p” değerinin 0.068, gönüllü denetçi rotasyonu ile birlikte kar yönetimi uygulamalarının arttığı ve bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu kapsamda elde edilen bulgular Fargher vd. (2008), Mohrmann vd. (2017), Mohaisen vd. (2019) çalışmalarıyla farklılık göstermektedir.

5. SONUÇ

2000’li yıllarda denetim firması ve bağımsız denetçi ekseninde meydana gelen Enron ve Wordcom gibi finansal skandallar sonrası denetim kalitesinin artırılması noktasında denetim firmasının ve sorumlu ortak baş denetçinin bağımsızlığının temin edilmesi için rotasyon uygulamaları ön plana çıkmıştır.

Denetim firması ve bağımsız denetçi ekseninde meydana gelen finansal skandallar, denetçilerin denetim faaliyetlerinin icrası aşamasında hata, hile ve kar yönetimi uygulamalarının tespitinde bağımsız davranmadıkları ve finansal bilgi kullanıcılarını yanıltmaya yönelik manipülatif işlemlere göz yumdukları yönünde yaygın bir görüş oluşturmuştur. Denetçinin bağımsızlığının sorgulanmaya başlanmasının ardından finansal raporlamanın kalitesinin artırılması, finansal bilgi kullanıcılarının ve diğer ilgili tarafların bağımsız denetime duydukları güvenin tekrar temin edilmesi ve denetçinin bağımsızlığının korunması amacıyla başta ABD’de ve AB ülkelerinde denetim kalitesinin bir göstergesi olan zorunlu rotasyon uygulaması önerilmiştir (Yalçın, 2018:2). Özellikle ABD’ nin SOX yasası ile birlikte gündeme gelen zorunlu rotasyonun fayda, maliyet ve olası etkileri çeşitli ülkelerde tartışılmaya ve uygulanmaya başlanmıştır. Rotasyon uygulamalarına yönelik ülkelerin düzenlemeleri incelendiğinde bazılarının denetim firması, bazılarının ise bağımsız denetçi düzeyinde olduğu görülmektedir. Diğer taraftan bazı ülkelerde sadece bağımsız denetçi düzeyinde gerçekleşen rotasyonun denetim firması ile müşteri işletme arasındaki menfaat ilişkisini sonlandırmadığı, denetim ücretinin halen aynı denetim firmasının gelirleri içerisinde yer aldığı , denetim firmasının müşteri işletmeden elde ettiği denetim gelirlerine bağımlı olmaya devam edeceği ve ücret baskısı nedeniyle olası hata, hile ve kar yönetimi uygulamaları gibi karı düzeltmeye yönelik işlemleri tespit edip , raporlayamayacağı gerekçesiyle denetim firması ile bağımsız denetçinin birlikte rotasyona tabi olmasına yönelik yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu kapsamda firma ve denetçi düzeyinde gerçekleşen zorunlu rotasyon uygulamalarının ve diğer rotasyon türlerinin kar yönetimi uygulamaları ya da finansal raporlamanın kalitesi üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi önem arz etmektedir.

Söz konusu bu çalışmada, firma ve denetçi düzeyinde gerçekleşen sorumlu ortak baş denetçi rotasyonlarının (denetçi rotasyonunun dört türünün) kar yönetimi uygulamaları üzerindeki etkilerinin tespit edilebilmesi amacıyla Borsa İstanbul’da 2010-2018 yılları arasında işlem gören 112 imalat şirketi incelenmiş, oluşturulan hipotezler Panel veri analiz yöntemi ile test edilmiştir. Araştırmada,

kar yönetimi uygulamalarının temsili göstergesi olan ihtiyari tahakkuklar toplam tahakkuk bazlı Kothari modeli ile tahmin edilmiş, modelden elde edilen ihtiyari tahakkuklar dört farklı (mutlak, orijinal, pozitif, negatif) grupta sınıflandırılmıştır. Daha sonra sorumlu ortak baş denetçi rotasyonları, Firt vd. (2012), çalışmasıyla uyumlu bir şekilde zorunlu firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu, zorunlu denetçi rotasyonu, gönüllü firma rotasyonu ile nedeniyle gerçekleşen denetçi rotasyonu, gönüllü denetçi rotasyonu ve hiç rotasyon yapmayan gözlemler olmak üzere beş ayrı gruba ayrılmıştır. Bu doğrultuda, firma ve denetçi düzeyinde gerçekleşen zorunlu ve gönüllü rotasyon uygulamaları ile kar yönetimi uygulamaları arasındaki ilişkilerin belirlenebilmesi amacıyla Kim ve Yii (2009), Chi vd. (2009) ve Yalçın (2018) çalışmaları ile benzer şekilde çeşitli karşılaştırma çiftleri oluşturulmuştur. Bu kapsamda hiç rotasyon yapmayan gözlemler kontrol grubu; zorunlu firma rotasyonu kaynaklı denetçi değişikliği gerçekleştiren gözlemler, zorunlu denetçi rotasyonu gerçekleştiren gözlemler, gönüllü firma rotasyonu nedeniyle denetçi değişikliği gerçekleştiren gözlemler ve gönüllü denetçi rotasyonu gerçekleştiren gözlemler deney grubu olarak belirlenmiş, denetçi rotasyonunun 4 türü ile hiç rotasyon yapmayan gözlem grubunun ihtiyari tahakkuk düzeyleri karşılaştırılmıştır.

Kothari modeli ile tahmin edilen ihtiyari tahakkukların dört türünün (mutlak, orijinal, pozitif, negatif) kullanılmasıyla oluşturulan modellerin tahmin sonuçları incelendiğinde; zorunlu denetim firması rotasyonu nedeniyle denetçi değişikliği gerçekleştiren işletmeler ile denetçi rotasyonu gerçekleştirmeyen işletmeler arasında; ihtiyari tahakkukların üç değer türü (orijinal, pozitif, negatif) ile ölçülen kar yönetimi uygulamaları açısından anlamlı bir farklılık olmadığı, ihtiyari tahakkukların mutlak değerlerinde ise zorunlu firma rotasyonu kaynaklı denetçi rotasyonu ile rotasyon gerçekleştirmeyen gözlemler arasında negatif yönde anlamlı ancak zayıf ilişkilerin olduğu belirlenmiştir. Aynı denetim firması içerisinde gerçekleştirilen zorunlu denetçi rotasyonu ile ihtiyari tahakkukların mutlak değeri arasında pozitif yönde anlamlı ancak zayıf ilişkiler olduğu diğer türleri arasında istatistiki olarak anlamlı düzeyde herhangi bir ilişkinin olmadığına yönelik bulgulara ulaşılmıştır. Diğer taraftan gönüllü firma rotasyonu nedeniyle meydana gelen denetçi rotasyonu sonrasında genel itibarıyla kar yönetimi uygulamalarının arttığı; gönüllü denetçi rotasyonunun kar yönetimi üzerinde genel olarak anlamlı etkisinin olmadığı görülmektedir. Elde edilen bu sonuçlar firma ve denetçi düzeyinde gerçekleştirilen zorunlu rotasyon uygulamalarının kar yönetimi uygulamaları (denetim kalitesi) ya da finansal raporlamanın kalitesi üzerinde herhangi bir etkisinin olmayacağını, zorunlu rotasyon sonraki ilk yıllarda denetim başarısızlığı riskinin artacağını, denetlenen müşteri işletmeye ilişkin spesifik bilgilerin kaybolması nedeniyle mali tablolarındaki önemli nitelikteki hataların tespit edilememesine ve denetim/finansal raporlamanın kalitesinin olumsuz yönde etkileyeceğini ve aynı zamanda maliyetli bir uygulama olduğunu savunan görüşleri desteklediği söylenebilir.

Çalışmada denetçi rotasyonunun dört türü incelenmiş ve özellikle firma ve denetçi düzeyinde gerçekleştirilen zorunlu rotasyon uygulamalarının kar yönetimi uygulamaları üzerindeki etkilerine değinilmiştir. Ancak söz konusu bu çalışmada bazı kısıtlar mevcuttur. Özellikle çalışmanın kapsamı genişletilerek ve imalat sanayi dışındaki diğer sektörleri kapsayacak bir örneklem grubu üzerinden tahmin edilecek kar yönetimi uygulamaları ile zorunlu rotasyon arasındaki ilişki hakkında

farklı sonuçların elde edilmesi söz konusu olabilir. Yine kar yönetimi uygulamalarının tahmin edilmesinde tahakkuk esaslı modellerin yanı sıra işlem esaslı yöntemlerin ve iç kontrol sisteminin etkinlik düzeyi gibi temsili değişkenlerin kullanılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Azizkhani, M., Daghani, R., & Shailer, G. (2018), "**Audit Firm Tenure And Audit Quality In A Constrained Market**", International Journal of Accounting, 53(3), 167–182. doi:10.1016/j.intacc.2018.07.002.
- Chi, W., Huang H., Liao Y. , Xie H. (2009), "**Mandatory audit partner rotation, audit quality, and market perception: Evidence from Taiwan.**" Contemporary Accounting Research ,26(2), pp.359–391.
- Choi, J., Lim, H. & Mali, D. (2017), "**Mandatory audit firm rotation and Big 4 effect on audit quality: Evidence from South Korea**", Asian Academy of Management Journal of Accounting & Finance,13 (1), pp.1-40.
- Elshawarby, M. A. (2017), "**Auditor's Professional Specialization Role in Reducing the Potential Negative Effects of Mandatory Audit-Firm Rotation on Audit Quality**", Journal of Accounting & Marketing, 6 (3), pp.1-9.
- Fargher N. , Lee Y. ve Mande V. (2008), "**The Effect of Audit Partner Tenure on Client Managers' Accounting Discretion**", Managerial Auditing Journal,23,161-186, DOI:10.1108/02686900810839857.
- Febrianto, R., Dini, F., Audina, D., Yuskar, Y. Ve Juita, V. (2017), "**The Influence Of Pseudo Auditor Rotation On Audit Quality: New Evidence**", Australasian Accounting, Business And Finance Journal, 11(4), pp.71-85.
- Firth, M., Rui, O.M , Xi Wu (2012), "**How do various forms of auditor rotation affect audit quality? Evidence from China**", The International Journal of Accounting, 47, pp.109–138.
- Ghosh, A. , Moon, D.C. (2005), "**Audit Tenure And Perceptions Of Audit Quality**", The Accounting Review, 80(2), 585- 612.
- Gürol B. ve Tüysüzoğlu T.,(2018), "**Empirical Analysis of Mandatory Audit Firm and Engagement Partner Rotation Practices of BIST 100 Firms**", Journal of Current Researches on Business and Economics, 8(1), pp.105-118
- Horton J., Livne G. , Pettinicchio A.,(2020), "**Empirical Evidence On Audit Quality Under A Dual Mandatory Auditor Rotation Rule**", European Accounting Review, pp.1-30, Doi: 10.1080/09638180.2020.1747513
- Imegi J.C., and Oladutire E.O., (2018), "**Mandatory Auditor Rotation and Audit Quality in The Nigeria Financial Sector**", European Journal of Accounting, Auditing and Finance Research.6(1), pp.67-75.
- Julia S.E., Mohamad A.ve Rina T.,(2019), "**The Influence Of Audit Rotation, Audit Tenure, And Workload On Audit Quality At Consumer Goods Sector Listed In Indonesia Stock Exchange**", Eurasia: Economics & Business, 3(21), pp.67-76.
- Kim, H., Lee, H. , Lee J.E. (2015), "**Mandatory Audit Firm Rotation And Audit Quality**", The Journal of Applied Business Research ,31(3), pp.1089-2008.
- Kim, J.B. , Yii C.H. (2009), "**Does Auditor Designation By The Regulatory Authority Improve Audit Quality?**", Evidence from Korea. Journal of Accounting and Public Policy, 28 (3), pp.207-230.
- Kothari, S., P., Andrew, J.L., Charles, E. W., (2005), "**Performance Matched Discretionary Accrual Measures**", Journal of Accounting And Economics, 39(1), pp.163-196.
- Leensen, M. (2016), **Audit Firm Rotation, Social Ties And Audit Quality**, Yüksek Lisans Tezi, Radboud Universiteit, Nijmegen.

- Lennox, C.S., Wu, X. ve Zhang, T. (2014), **“Does Mandatory Rotation Of Audit Partners Improve Audit Quality?”**, The Accounting Review American Accounting Association ,89(5),1775–1803.
- Li, D. (2010), **“Does Auditor Tenure Affect Accounting Conservatism? Further evidence”**, Journal of Accounting and Public Policy , 29(3) ,226-241.
- Löfving, F. ve Widenius, E. (2016) **“Audit Firm Rotation Increasing Or Decreasing Audit Quality?”**, Yüksek Lisans Tezi, Uppsala Universitet, Uppsala.
- Mali, D. ve Lim, H.J. (2018), **“Conservative Reporting And The Incremental Effect Of Mandatory Audit Firm Rotation Policy: A Comparative Analysis Of Audit Partner Rotation Vs Audit Firm Rotation In South Korea”**, Australian Accounting Review, 28 (3), pp.446-463.
- Mohaisen H.A., Ali K.S. ve Tbrahim A.T., (2019), **“The Effect of Audit Rotation on the Audit Quality: Empirical Study on Iraq”**, Journal of Engineering and Applied Sciences ,14 (13), pp.4553-4559.
- Mohrmann, U. (2017), **“What Are The Drivers Of Audit Quality After An Auditor Change? Evidence From Voluntary And Mandatory Auditor Switches”**, (August 16, 2017 Available at, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2589486> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2589486>. Date of access: 18/09/2019
- Monroe G. ve , Hossam S. (2013), **“Does Audit Quality Improve After The Implementation Of Mandatory Audit Partner Rotation? Australia”**, Accounting and Management Information Systems,12(2), pp.263–279.
- Narayananaswamy, R. and Raghunandan K. (2019), **“The Effect of Mandatory Audit Firm Rotation on Audit Quality, Audit Fees and Audit Market Concentration: Evidence from India”**, IIM Bangalore Research Paper No. 582 <https://ssrn.com/abstract=3360256> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3360256>.
- Nguyen, P. T. & Kend, M. (2017), **“The Perceived Motivations Behind The Introduction Of The Law On External Audit In Vietnam”**, Managerial Auditing Journal, 32(1), pp.90-108.
- Omri M.A ve Abdenneb A.B., (2014), **“Audit Firm Rotation And Audit Quality: Case Of The Listed Tunisian Firms”**, International Journal of Economics and Business Research (IJEBr), 8(3), pp.245-257.
- Önder, Ş. ve Ağca, A. (2013). **“Toplam Tahakkuk Modelleri ile Türkiye’de Kar Yönetiminin Ölçülmesi: İMKB’de Yer Alan İşletmeler Üzerine Ampirik Bir Araştırma”**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,Özel Sayı, ss.35-48.
- Ruiz-Barbadillo, E., Gomez-Aguilar, N., Carrera, N. (2009), **“Does mandatory audit firm rotation enhance auditor independence?”**, Auditing: A Journal of Practice & Theory, 28(1), pp.113-135.
- Salleh, K. ve Jasmani, H. (2014), **“Audit Rotation And Audit Report: Empirical Evidence From Malaysian Plcs Over The Period Of Ten Years”**, Procedia Social and Behavioral Sciences, 145, pp.40-50.
- Siregar, Sylvia V., Amarullah, Fitriany, Wibowa, Arie, Anggraita, Viska, (2012), **“Audit Tenure, Auditor Rotation, And Audit Quality: The Case Of Indonesia”**, Asian Journal Of Business And Accounting, 5(1), pp.55-74.
- Sulistyo K.D., Damai N., Karin J., Soengeng S.,(2019), **“Auditor Rotations And Audit Quality : A Perspective From Cumulative Number Of Audit Partner And Audit Firm Rotations”**, Asian Review of Accounting, 27 (4), pp.639-660

- Tuan, K. (2019), "**Bağımsız Denetim Firma Rotasyonu Ve Denetim Kalitesi**", Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi ,37(4) . ss.703-719.
- Wang L., Zhu L.,(2018), "**State Ownership, Auditor Rotation and Audit Quality**", Education and Economic Development of Modern Society,205, pp.1169-1174.
- Widyaningsih I. A. , Harymawan I., Mardijuwono A. W. , E Ayuningtyas E. S. Ve Larasati D. A. ,(2019), "**Audit Firm Rotation And Audit Quality: Comparison Before Vs After The Elimination Of Audit Firm Rotation Regulations In Indonesia**", Cogent Business & Management, 6(1), pp.1-15.
- Wilson, A. B., McNellis, C., & Latham, C. K. (2018), "**Audit Firm Tenure, Auditor Familiarity, And Trust: Effect On Auditee Whistleblowing Reporting Intentions**", International Journal Of Auditing, 22(2), pp.113-130.
- Yalçın N.,(2018), "**Zorunlu Denetim Firması Rotasyonun Bağımsız Denetim Kalitesine Etkisi :Borsa İstanbul' Da Bir Uygulama**", Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi ,Osmaniye.
- Yaşar A. ve Yalçın N. (2018), "**The Effect Of Voluntary Audit Firm Switch On Audit Quality**", Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi,Özel sayı, ss.678-700.
- Yaşar, A. (2011), "**Bağımsız Dış Denetim Kalitesinin Kâr Yönetimi Üzerine Etkisi: İMKB'de Kayıtlı İşletmeler Üzerine Bir Uygulama**", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Yayınlanmamış Doktora Tezi. Adana.
- Yaşar, A. (2016), "**Zorunlu Bağımsız Denetim Firması ve Sorumlu Ortak Başdenetçi Rotasyonu Üzerine Uluslararası Tartışmalar: Literatür Değerlendirmesi**", Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, 2(3), 200-231.

YAZIM VE YAYIN KURALLARI

1. Makaleler metin, tablo, şekil ve kaynak kısımları ile birlikte toplam 2.500 kelimedenden az, 7.500 kelimedenden fazla olmaması (derginin sayfa düzenine göre yaklaşık 8-20 sayfa aralığından olması) incelemeye alınmasının ön koşuludur. Makaleler; Microsoft Word programında, kenarlardan (alt, üst, sağ, sol) 4,5 cm. boşluk bırakılarak, Cambria yazı tipinde, 10 punto ve 1 satır aralık ölçüsü kullanılarak yazılmalıdır.
2. Makalenin ilk sayfasında; makalenin başlığı büyük harfle, sayfa ortalanarak ve koyu olarak verilmelidir. Bunun altına ise yazarların isimleri ve adresleri başlıkla aynı şekilde verilmeli ve yazarların unvanları ve kurumları, isimlerin yanına konulacak yıldız işareti ile ilk sayfanın altında yer alacak not ile belirtilmelidir. İsimlerden sonra makale hangi dilde yazılmışsa (Türkçe veya İngilizce) önce o dilde en fazla 100 kelimedenden oluşan öz (abstract), altında ise diğer dilde (İngilizce veya Türkçe) yazılan en fazla 100 kelimedenden oluşan ikinci bir abstract (öz) verilmelidir. Türkçe ve İngilizce dilde hazırlanacak özler makalenin amacını, uygulanan metotları, bulguları ve sonuçları açıklamalıdır. Özlerin altında yer alan anahtar kelimeler ise Türkçe ve İngilizce olarak makalenin içeriğini en iyi anlatan; en az 3, en fazla 9 kelime (key words) olarak verilmelidir.
3. Makalenin ikinci sayfasından başlayacak metnin içerisindeki her paragraftan sonra 1 satır boşluk bırakılmalı ve paragraflar içeriden başlamalıdır. Metin içinde yer alacak ana başlıklar ve alt başlıklar 1., 1.1., 1.1.2. şeklinde numaralandırılmalı, koyu ve sola bitişik olarak yazılmalıdır.
4. Tablo, grafik ve şekiller metnin içerisinde yer almalı ve bunlara sola yanaşık başlık ve sıra numarası verilmelidir. Başlıklar tabloların ve şekillerin üzerinde yer almalıdır. Tablo ve şekiller sayfa içerisinde dikey olarak verilmelidir. Tam sayfa olan tablo ve şekiller sayfaya yatay olarak yerleştirilebilir. Denklemler sayfaya ortalı olarak verilmeli ve denklemlere verilecek sıra numaraları parantez içinde ve denklemin sağına yerleştirilmelidir.
5. Kaynaklara yapılan göndermeler, dipnotlar yerine metin içinde parantez arasında gösterilmeli ve sırasıyla yazarın soyadı ve tarih yazılarak verilmelidir. Örneğin; tek yazar olması durumunda (Jarvick, 1996:98), iki yazar olması durumunda (Frantzich ve Sullivan, 1996:87), yazarlar ikiden fazlaysa (Caroline, Pauwels, v.d., 2000). yazarın aynı yıl içinde yayımlanmış birden fazla eserine gönderme yapılıyorsa (Noam, 1991a:65) kullanılmalıdır. Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler birbirlerinden noktalı virgülle ayrılmalıdır. (Jarvick, 1996:54; Noam, 1991:43; Dörr, 2000:32).
6. Açıklama gerektiren durumlar için hazırlanan dipnotlar metnin içinde numaralandırılmalı ve atıf yapılan sayfada yer almalıdır. Dipnotlar 10 punto ile satır aralıksız Cambria yazı tipinde yazılmalıdır.
7. Atıf yapılan bütün kaynaklar, çalışmanın sonunda "Kaynakça" başlığı altında gösterilmelidir. Kaynaklar alfabetik sırada ve aşağıdaki örnekler dikkate alınarak verilmelidir.

YAZIM VE YAYIN KURALLARI

i. Kitap

Çolak, Ö. F. (2001). *Finansal Piyasalar ve Para Politikası*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Frantzich, S. ve John, S.. (1996). *The C-Span Revolution*. Oklohama:Oklahoma University Press.

ii. Derleme

Arıcı, K. (2003). Sosyal Yardım Hakkı. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri ilişkileri-Seçme Yazılar, (Ed.) E. Tuncay Kaplan ve Bülent Bayat. Ankara: Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Yayını.

iii. Dergi

Aydoğmuş, O. ve Çatık, N.. (2006). Türkiye'de Para ikamesi Altında Para Talebi:1986-2005. *Tisk Akademi*, 1(1): 58-74.

iv. Çalışma Tebliği

Shirley, M. M. ve Walsh, P.. (2000). Public versus Private Ownership. *World Bank Policy Research Working Paper*, No:2420.

v. İnternet

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2007) Aylık Bülten Şubat 2011, www.tcmb.gov.tr

MANUSCRIPT STYLE AND FORMAT

1. Articles including text, tables, figures and bibliography should not exceed 7500 words and should be minimum 2500 words (depending on the page format, should be between 8-20 pages). Papers should be written in Microsoft Word, manuscript should be single spaced, in Cambria font, and font size 10, page layout is 4.5 cm at left, right, up and bottom.
2. Paper title should be in the center of the first page in capital letters, bold and centered. The author name(s) and address(es) should be centered under the title. Name(s) and address(es) of the author(s) should be in the same format as the paper title. There should be a "*" sign next to the name of each author, referring the academic title and institution of the author, located in footnote. Abstract should be both in Turkish and english, maximum 100 words, containing the purpose of the study and minimum 3 maximum 9 keywords should be given both in Turkish and English under the abstract.
3. Each paragraph of text is begin with a blank line. Sections and sub-sections should be numbered as 1., 1.1., 1.1.2. and should be written bold and left justified.
4. Tables, figures and graphics should be numbered consecutively. The titles should be placed and left justified at the top of tables and figures. Mathematical equations in the text should be centered. Equation numbers should numerate in parentheses and this numbers should be placed at the equation's right size.
5. Reference to a publication should be made in the text by citing the surname of the author, the year of publication, and the page number. Reference for publications with single author (Jarvick,1996:98), reference for publications with two authors (Frantzich and Sullivan, 1996:87), reference for publications with three or more authors (Caroline, Pauwels, v.d., 2000:76), reference for more than one publications by author published in the same year (Noam, 1991a:65), reference for more than one sources: (Jarvick, 1996:54; Noam, 1991:43; Dörr, 2000:32).
6. Footnotes should only be used if absolutely necessary. They should be numbered and should be typed on a separate page under the heading "Notes", Cambria font and font size 10 points.
7. All the sources used in the article should be listed at the end of the article under the title "Bibliography" on a separate page. Examples illustrating general guidelines for bibliography are shown below.

MANUSCRIPT STYLE AND FORMAT

i. Book

Çolak, Ö. F.. (2001). Finansal Piyasalar ve Para Politikası. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Frantzich, S. ve John, S.. (1996). The C-Span Revolution. Oklohama: Oklahoma University Press.

ii. Edited Book

Arıcı, K.. (2003). Sosyal Yardım Hakkı. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri ilişkileri-Seçme Yazılar, (Ed.) E. Tuncay Kaplan ve Bülent Bayat. Ankara: Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Yayını.

iii. Journal

Aydoğmuş, O. ve Çatık, N.. (2006). Türkiye'de Para ikamesi Altında Para Tale-bi:1986-2005. Tisk Akademi, 1(1): 58-74.

iv. Working Paper

Shirley, M. M. ve Walsh, P.. (2000). Public versus Private Ownership. World Bank Policy Research Working Paper, No:2420.

v. Internet

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2007) Aylık Bülten Şubat 2011, www.tcmb.gov.tr