

FİNANS EKONOMİ VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

E-ISSN: 2602-2486

CİLT: 9

SAYI: 4

YIL: 2024

E-ISSN: 2602-2486

VOLUME:9

ISSUE: 4

YEAR: 2024

FESA

FİNANS EKONOMİ VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERNEĞİ

ASSOCIATION FOR FINANCE ECONOMICS AND SOCIAL RESEARCH

ULUSLARARASI
HAKEMLİ DERGİ
YILDA 4 SAYI

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/fesa>

FİNANS EKONOMİ ve SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ (FESA) RESEARCH OF FINANCIAL ECONOMIC AND SOCIAL STUDIES (RFES)

Baş Editör

Prof. Dr. Gürbüz GÖKÇEN

Editör Yardımcıları

Dr. Öğr Üyesi Yasin CEBECİ

Ar. Gör. Dr. Serkan ÇELİK

Ar. Gör. Sevim Nur ŞAHBALI KARABULUT

Dr. Öğr Üyesi Kemal TAYSI

Alan Editörleri

Alan

İletişim

Maliye

Finans

Hukuk

Muhasebe

İktisat

Bankacılık

Pazarlama

Katılım Bankacılığı

Türkçe Dil Editörü

İngilizce Dil Editörü

Alan Editörü

Prof. Dr. Fatih BAYRAM

Prof. Dr. Hatice YURTSEVER

Prof. Dr. Cantürk KAYAHAN

Prof. Dr. Saim OCAK

Prof. Dr. Gürbüz GÖKÇEN

Prof. Dr. Ahmet Emre BİBER

Prof. Dr. Mehmet İSLAMOĞLU

Doç. Dr. Oya ERU

Ar. Gör. Dr. Serkan ÇELİK

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman ÇELİK

Dr. Öğr. Üyesi İrfan DOĞAN

Yayın Sekreterleri

Ar. Gör. Bestami KARAKAHYA

Ar. Gör. Dr. İrfan DOĞAN

Online Dergi ve Web

Ar. Gör. Serkan ÇELİK

Yazışma Adresi

Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Dergisi Editörlüğü

Narlıbahçe Sokak No:11 Çağaloğlu İstanbul Türkiye

Telefon: 0 (212) 511 54 32 Fax: 0 (212) 511 36 50

E-posta: SRKN.CLK@hotmail.com

Web: <http://dergipark.gov.tr/fesa>

İngilizce Redaksiyon

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman ÇELİK

Redaksiyon

Ar. Gör. Bestami KARAKAHYA

Dr. Öğr. Üyesi İrfan DOĞAN

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman ÇELİK

Bilişim Sorumlusu

Ar. Gör. Serkan ÇELİK

Dizgi

Beta Basım Yayın Dağıtım Narlıbahçe Sokak No:11

Çağaloğlu / İstanbul / Türkiye

Telefon: 0 (212) 511 54 32- 0 (212) 519 01 77

Fax: 0 (212) 513 87 05- 0 (212) 511 36 50

Email: bilgi@betayayincilik.com

Yayın Kurulu / Publishing Board

Prof. Dr. Ferudun KAYA	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Çelik	Bülent Ecevit Üniversitesi
Prof. Dr. Akiva FRADKIN	Universidad Azteca
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ	The University of Central Florida
Prof. Dr. Ruziye COP	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. David SCHWARTZ	Jerusalem University
Prof. Dr. Hatice YURTSEVER	Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Saim OCAK	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Faruk AKIN	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Prof. Dr. Serkan ÇANKAYA	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Serkan DİLEK	Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan ALTIN	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Gerhard Berchtold	Universidad Azteca
Prof. Dr. Gershon Tenenbaum	Florida State Univesity
Prof. Dr. Yunus DEMİRLİ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Oya ERU	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Serkan ŞENGÜL	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Ayhan Nuri YILMAZ	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Y. ERSOY	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Serkan AKGÜN	Nişantaşı Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zeki YÜKSEKBİLGİLİ	Nişantaşı Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet APAN	Karabük Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Alptekin GÜNEY	Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zehra DOĞAN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yasin CEBECİ	Marmara Üniversitesi
Dr. Liat GOLDSTEIN	Universidad Empresarial de Costa Rica
Dr. Masud Ibn RAHMAN	Dhaka University (Bangladesh)
Dr. Öğr. Üyesi Ümit TURA	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Hakkımızda

Finansal Kurumların ekonomiye kattığı değeri akademik açıdan yansıtmak; temsil ettiği sektörlerin ulusal ve uluslararası alanda güç ve etki alanlarının artmasına destek vermek vizyonu ile kurulan Finansal Ekonomik Sosyal Araştırmalar Dergisi (FESA) yayınlanacağı makalelerde özgün değeri ve kalite aramaktadır. Makalelerin değerlendirmeye alınabilmesi adına Dergipark üzerinden ulaştırılması gerekmektedir.

Amacımız

Dergi yılda dört kez yayımlanan akademik uluslararası hakemli bir dergidir. Derginin amacı; finans, ekonomi, bankacılık, iktisat, maliye, sigortacılık ve sosyal bilimler alanlarında özgün çalışmalara dayanan makalelere yer vererek ulusal ve uluslararası alanda sosyal bilimler literatürüne katkıda bulunmaktır. Bu kapsamda konuyla ilgilenen bütün disiplinlerden gelecek özgün araştırmalara açıktır. Ayrıca dergide, sadece akademisyenlerden gelen yazılar değil, araştırmacı ve uygulamacılardan gelecek yazılar da değerlendirilmeye alınmaktadır.

Kapsam

Dergi, finans, ekonomi, bankacılık, iktisat, maliye, sigortacılık, sosyal bilimler ve tüm alt disiplinlerinde hazırlanmış teorik-analitik-ampirik araştırmalara açık bir dergidir.

Yayın Politikası

Derginin yayın politikasına ilişkin temel ilkeler;

1. Dergide Türkçe ya da İngilizce olarak hazırlanmış çalışmalara yer verilecektir.
2. Türkçe hazırlanan yazıların İngilizce özetleri eklenecektir.
3. Yazarlar tarafından dergiye gönderilecek yazılar başka hiçbir yerde yayınlanmamış olmalıdır.
4. Dergi yılda dört kez yayınlanacaktır. Editör ve ilgili kurullar gerekli gördüğü takdirde özel sayılar çıkarabilecektir.
5. Derginin amacına uygun olarak, alanında uzman ve saygın akademisyenlerden oluşan bir danışma ve hakem kurulu oluşturulacaktır.
6. Derginin bilimsel işlemlerinin yürütülmesi editör tarafından üstlenilecektir. Editör yardımcıları, bu işlerin yürütülmesinde editöre yardımcı olacaktır.
7. Derginin kapak ve iç sayfa tasarımı, yayınlanması, abone işlemleri ile satış ve dağıtım işlemleri yayıncı tarafından üstlenilecektir.
8. Öncelikle; dergiye gönderilen çalışmaların, derginin uzmanlık alanına katkı düzeyi sorgulanacaktır. Bu bağlamda, kavramsal ve kuramsal açıdan yetersiz olan çalışmalar editör ve gerekli görüldüğü takdirde danışma kurulundan bir veya iki üyenin görüşleri alınmak suretiyle, hakem sürecine sokulmadan gerekçe yazılarak yazar/yazarlara iade edilebilecektir.
9. Alan araştırmalarında kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) uygulamalara eşit mesafede durulacaktır. Bu noktada uygulama ve analiz yöntemlerinin metodolojik alt yapıya ve konuya uygunlukları yanında doğru ve yerinde kullanılıp kullanılmadıkları ile gerçekten ilgili alana katkı sağlayıp sağlamadıklarına bakılacaktır.
10. Dergiye gönderilen çalışmalar editörün incelemesinden ve gerekli görüldüğü takdirde danışma kurulundan bir veya iki üyenin görüşleri alındıktan sonra çalışma konusuna ilgili iki hakeme gönderilecektir. Hakem incelemesi sonuçlarına göre çalışmaların değerlendirilmesi sonuçlandırılacaktır. Gerekli görüldüğü takdirde editör makaleyi üçüncü bir hakeme gönderebilir.
11. Dergi sayılarının Türkiye'deki üniversitelerin merkezi kütüphanelerine ulaştırılması sorumluluğu yayıncıya aittir.
12. Editör ile yayıncı gerekli gördükleri takdirde bazı sayıların tematik (konulu) olarak yayınlanmasına karar verebilirler.
13. Orta vadede dergide yayınlanan çalışmaların İngilizce özetlerinin konuyla ilgili uluslararası indekslerde taranması için girişimlerde bulunulacaktır.
14. Uzun vadede ve ortaya çıkacak talep durumuna bağılı olarak, çalışmaların tam metin olarak uluslararası indekslerde yayınlanması yoluna gidilebilecektir.
15. Editör ile yayıncı, dergi konusuna giren seminer, sempozyum ve panel organizasyonları yapma kararı da alabilecektir.

Bilim Kurulu

Prof.Dr.Cantürk Kayhan	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Prof.Dr. Ahmet Emre BİBER	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr. Hakan ALTIN	Aksaray Üniversitesi	Doç.Dr. Cengizhan Yıldırım	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr.Mehmet Başar	Anadolu Üniversitesi	Doç.Dr. Oya ERU	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr.Şakir Sakarya	Balıkesir Üniversitesi	Prof. Dr. Tolga DURSUN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr. Faruk AKIN	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi	Prof.Dr. Yaşar Ayyıldız	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr. Kaya Yıldız	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Prof.Dr. Yunus Demirli	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr.Gülbüz GÖKÇEN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Doç.Dr. Lütfi Atay	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
Prof.Dr.İshak TORUN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Doç.Dr. Ayhan Nuri YILMAZ	Düzce Üniversitesi
Prof.Dr.Ruziye COP	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Doç.Dr. Abdülkadir KAYA	Erzurum Teknik Üniversitesi
Prof.Dr.Sadık ÇUKUR	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Doç.Dr. E. Savaş Başcı	Hitit Üniversitesi
Prof.Dr.Seyit Köse	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Doç.Dr. Bıkran TAPAN	İstanbul Bilim Üniversitesi
Prof.Dr.Yusuf Cerit	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Doç.Dr. Aysel GÜNDOĞDU	İstanbul Medipol Üniversitesi
Prof.Dr. Ali Çağlar Çakmak	Bursa Teknik Üniversitesi	Doç.Dr. Hıccabi ERSOY	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof.Dr.Mehmet Pekkaya	Bülent Ecevit Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet İSLAMOĞLU	Karabük Üniversitesi
Prof.Dr.Yasemin Köse	Bülent Ecevit Üniversitesi	Doç.Dr. Ozan Büyükyılmaz	Karabük Üniversitesi
Prof.Dr.Hatice YURTSEVER	Celal Bayar Üniversitesi	Doç.Dr. Niyazi Gümüş	Kastamonu Üniversitesi
Prof.Dr. Gamze Vural	Çukurova Üniversitesi	Doç.Dr. Orhan KANDEMİR	Kastamonu Üniversitesi
Prof.Dr. Erhan Demireli	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Süleyman KALE	Kırklareli Üniversitesi
Prof.Dr.Gershon Tenenbaum	Florida State University	Doç.Dr. Gökhan IŞIL	Marmara Üniversitesi
Prof.Dr. Halil İbrahim Ekşi	Gaziantep Üniversitesi	Doç.Dr. Burhan Kılıç	Muğla Üniversitesi
Prof.Dr.Süleyman Serdar KARACA	Gazosmanpaşa Üniversitesi	Doç.Dr. Serkan ŞENGÜL	Sakarya Uyg. Bilim. Üniversitesi
Prof.Dr.Gökhan ÖZER	Gebze Teknik Üniversitesi	Doç.Dr. Ahmet Y. ERSOY	Sakarya Üniversitesi
Prof.Dr.Müge ÇETİNER	İstanbul Kültür Üniversitesi	Doç.Dr. Sedat DURMUŞKAYA	Sakarya Üniversitesi
Prof.Dr. Serkan ÇANKAYA	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Doç.Dr. Aziz ÖZTÜRK	Selçuk Üniversitesi
Prof.Dr.Erdinç Altay	İstanbul Üniversitesi	Doç.Dr. Ercan ÖZEN	Uşak Üniversitesi
Prof.Dr.David SCHWARTZ	Jerusalem University	Dr.Öğr.Üyesi Abdülhaim TEMUR	Gelişim Üniversitesi
Prof.Dr. Fatih Bayram	Karabük Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Cemil SÜSLÜ	İskenderun Teknik Üniversitesi
Prof.Dr.Süleyman Dünder	Karabük Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Fatih KAYHAN	Kırklareli Üniversitesi
Prof.Dr. Serkan DİLEK	Kastamonu Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Hakim Aziz	Karabük Üniversitesi
Prof.Dr.Mehmet Hasan Eken	Kırklareli Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Kemal Tekin	Türk Hava Kurumu Üniversitesi
Prof.Dr.Sami Karacan	Kocaeli Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Mehmet APAN	Karabük Üniversitesi
Prof.Dr.Başak Ataman GÖKÇEN	Marmara Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Meziyet Sema ERDEM	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr.Saim OCAK	Marmara Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Murat Özcan	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr. Gülfem TUNA	Sakarya Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Murat Turgut	Nişantaşı Üniversitesi
Prof.Dr. Oğuz TÜRKAY	Sakarya Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Mustafa YANARTAŞ	Düzce Üniversitesi
Prof.Dr.Mustafa KARA	Silivri Üniversitesi	Dr.Öğr.Üyesi Ömer YAZAN	Aksaray Üniversitesi
Prof.Dr.Fevzi Okumuş	The University of Central Florida	Dr.Öğr.Üyesi Özer YILMAZ	Bandırma 17 Eylül Üniversitesi
Prof.Dr.Akiva FRADKIN	Universidad Azteca	Dr.Öğr.Üyesi Zehra DOĞAN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof.Dr.Gerhard Berchtold	Universidad Azteca	Dr.Öğr.Üyesi Zekai ŞENOL	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Doç.Dr. Hüseyin SELİMLER	Aydın Üniversitesi	Dr. Masud Ibn RAHMAN	Dhaka University (Bangladesh)
Doç.Dr. Hasan Hüseyin YILDIRIM	Balıkesir Üniversitesi	Dr. Liat GOLDSTEIN	UNEM Universidad Empresarial de Costa Rica
Doç.Dr. Alptekin GÜNEY	Beykent Üniversitesi	Dr. Gülbeniz Akduman	İstanbul Bilgi Üniversitesi

Bu Sayının Hakemleri

Prof. Dr.	Emel Gonen Güler	TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
Prof. Dr.	Gülbüz Gökçen	MARMARA ÜNİVERSİTESİ
Prof. Dr.	Halil Emre Akbaş	YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
Prof. Dr.	Hüseyin Akay	İZMİR DEMOKRASİ ÜNİVERSİTESİ
Prof. Dr.	Mehmet Baş	ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
Prof. Dr.	Remzi Altunişik	SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
Prof. Dr.	Selim Duramaz	MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
Prof. Dr.	Serdar Pirtini	MARMARA ÜNİVERSİTESİ
Prof. Dr.	İlker Kıymetli şen	İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
Doç. Dr.	Bülent Yıldız	KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
Doç. Dr.	Ensar Ağırman	ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
Doç. Dr.	Ethem Topçuoğlu	GİRESUN ÜNİVERSİTESİ
Doç. Dr.	Haşim Bağcı	AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
Doç. Dr.	Mehmet Murat Tunçbilek	KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
Doç. Dr.	Samet Aydın	MALTEPE ÜNİVERSİTESİ
Doç. Dr.	Ömer Faruk Tan	MARMARA ÜNİVERSİTESİ
Dr. Öğr. Üyesi	Hasan Durmuş	BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
Dr. Öğr. Üyesi	Yakup Söylemez	ZONGULDAK BÜLENT ECEVİT ÜNİVERSİTESİ

Tarandığımız İndeksler**Yasal Sorumluluk / Legal Responsibility**

Dergide yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına ve evirmenlerine aittir.
The authors and translators are responsible for the content of their papers.

Yayın Hakları / Copyright and Permissions

Tüm yayın hakları saklıdır. Bu derginin hiçbir bölümü yazılı ön izin olmaksızın hiçbir biçimde ve hiçbir yolla yeniden üretilemez ve dağıtılamaz, kaynakçada gösterilmeden atıf yapılamaz.
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced and disseminated in any means without the prior written permission of Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Derneği (FESA). No citation can be made without reference.

İçindekiler (Contents)

- 1.İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANSI DERGİSİ (İEFD)'NİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**
“A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS AND FINANCE (JIEF)”
(Araştırma Makalesi)
Almabrok F. Ahmid.....338-354
- 2.KATILIM BANKALARININ FİNANSAL PERFORMANS GÖSTERGELERİ İLE MAKROEKONOMİK FAKTÖRLER ARASINDAKİ İLİŞKİ**
“THE RELATIONSHIP BETWEEN THE FINANCIAL PERFORMANCE INDICATORS OF PARTICIPATION BANKS AND MACROECONOMIC FACTORS”
(Araştırma Makalesi)
Hülya ER355-363
- 3.FİNANS SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKA, MAKİNE ÖĞRENMESİ ve BÜYÜK VERİ KULLANIMI: Fırsatlar, Zorluklar ve Politika Yapıcılar için Çıkarımlar**
“USE of ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MACHINE LEARNING and BIG DATA in the FINANCIAL SECTOR: Opportunities, Challenges and Implications for Policymakers”
(Araştırma Makalesi)
Sinan Şahin.....364-381
- 4.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PERFORMANSININ VE İŞLETME YAŞAM DÖNGÜSÜNÜN FİNANSAL SIKINTI ÜZERİNE ETKİLERİ: BORSA İSTANBUL (BİST) SEKTÖR UYGULAMASI**
“EFFECTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERFORMANCE AND BUSINESS LIFE CYCLE ON FINANCIAL DISTRESS: BORSA ISTANBUL (BIST) SECTOR APPLICATION”
(Araştırma Makalesi)
Sedef TÜRK, Metin ATMACA.....382-398
- 5. POMAK KÜLTÜRÜNÜN VE PAVLİ PANAYIRININ SÜRDÜRÜLEBİLİR VE KÜLTÜREL TURİZMDE DEĞERLENDİRİLMESİ VE TANITIMI**
“ASSESSING AND PROMOTING POMAK CULTURE AND PAVLI FAIR IN SUSTAINABLE AND CULTURAL TOURİSM”
(Araştırma Makalesi)
Kaplan UĞURLU.....399-413
- 6. ARE THE BALKAN COUNTRIES CONVERGING IN TERMS OF TOURISM AND ENVIRONMENTAL POLICIES?**
“BALKAN ÜLKELERİ TURİZM VE ÇEVRE POLİTİKALARI KAPSAMINDA YAKINSIYOR MU?”
(Araştırma Makalesi)
Mahmut Kadir İŞGÜVEN, Ayberk ŞEKER414-423
- 7. AN APPLICATION RESEARCH ON DETERMINING THE LEVEL OF CAPITALISM OF YOUNG CONSUMERS USING GAMIFICATION METHOD IN THE FOOTSTEPS OF GOGOL AND WEBER**
“GOGOL VE WEBER'İN İZİNDE GENÇ TÜKETİCİLERİN KAPİTALİŐLEŐME DÜZEYİNİ OYUNLAŐTIRMA YÖNTEMİYLE BELİRLEME ÜZERİNE BİR UYGULAMA”
(Araştırma Makalesi)
Mustafa ŞEHİRLİ.....424-439

8.IFRS 18 FİNANSAL TABLOLARDAN SUNUM VE AÇIKLAMA: FİNANSAL PERFORMANS ÖLÇÜMÜNDE YENİ BİR YAKLAŞIM

“IFRS 18 PRESENTATION AND DISCLOSURE IN FINANCIAL STATEMENTS: A NEW APPROACH TO FINANCIAL PERFORMANCE MEASUREMENT”

(Araştırma Makalesi)

Erkan ÖZTÜRK, Ömer Faruk GÜLEÇ, Gürbüz GÖKÇEN.....440-455

9. EVALUATION OF MORALITY AND ETHICS IN TOURISM MARKETING

“TURİZM PAZARLAMASINDA AHLAK VE ETİK DEĞERLENDİRMEİ”

(Araştırma Makalesi)

Hülya ÇAĞIRAN KENDİRLİ456-465

İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANSI DERGİSİ (İEFD)'NİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ¹

A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS AND FINANCE (JIEF)

Almabrok F Ahmad  *

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 31.05.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024*

Öz

Günümüz dünya ekonomisinde İslam ekonomisi ve finansı giderek daha fazla önem kazanırken, sürekli araştırma ve bilgi yayma ihtiyacı hissedilmektedir. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırma Merkezi tarafından 2015 yılında kurulan İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD), Türkiye akademik ortamında önemli bir yere sahiptir. Bu makale, İEFD'in ilk sayısından 31 Aralık 2023'e kadar olan katkılarının bibliyometrik analizini temsil etmektedir. Microsoft Excel ve Python kullanılarak toplam 102 makale analiz edildi. Sonuçlar, yayıncılık ve atıf eğilimlerinde sürekli bir artış, Türkiye'nin yoğun katkıları ve Müslüman olmayan ve Müslüman azınlık ülkelerinin artan temsiliyeti olduğunu göstermektedir. Erişimi ve etkiyi genişletmek için derginin sayı sayısının artırılması ve Türkçe ve Arapça yayınların İngilizceye çevrilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İslam Ekonomisi, İslami Finans, Bibliyometri, İslam Ekonomisi ve Finans Dergisi (İEFD).

JEL Sınıflaması: C18, F30, M20.

Abstract

Islamic economics and finance gain increasingly more importance in today's world economy, while the need for continuous research and dissemination of knowledge is felt. The Journal of Islamic Economics and Finance (JIEF) holds an important place in the academic environment of Turkey, established in 2015 by the International Research Centre of Islamic Economics and Finance at Istanbul Sabahattin Zaim University. This paper represents the bibliometric analysis of JIEF's contributions, starting from its very first issue to December 31, 2023. A total of 102 articles were analyzed using Microsoft Excel and Python. The results indicate that there is a continued increase in publishing and citation trends, heavy contributions by Turkey, and growing representation by non-Muslim and Muslim minority countries. Increasing the number of issues of the journal and translating Turkish and Arabic publications into the English language is recommended in order to broaden reach and impact.

Keywords: Islamic Economics, Islamic Finance, Bibliometrics, *The Journal of Islamic Economics and Finance (JIEF)*.

JEL Classification: C18, F30, M20

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(4) , 338-354 / DOI: 10.29106/ fesa.1493601

* Dr. Öğr., Üyesi, Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi, almabrokahmid@karabuk.edu.tr , Karabük-Türkiye, ORCID: 0000-0003-1143-6646

1. Introduction:

Over the past fifty years, Islamic economics as a comprehensive field and as a workable system has evolved tremendously. Islamic banks, which have provided services to millions of people across a number of countries since the 1960s, are particularly noteworthy for having played a pivotal role in the acceptance of this system by both Muslims and non-Muslims

The global Islamic finance and banking industry's value surged to an estimated USD 3.25 trillion in 2022, rising from USD 3.06 trillion in 2021 (IFSB, 2023). This growth has been accompanied by a significant increase in academic research within the field, resulting in a burgeoning body of literature. Not only has there been a notable increase in the quantity of studies, but there have also been improvements in their quality.

Numerous international journals dedicated to Islamic finance, banking, and economics have emerged, many of which are included in prestigious indexes. The inaugural publication in this series was the Journal of Research in Islamic Economics, initiated by King Abdul Aziz University in 1983 as the first refereed journal in the field of Islamic Economics. Another pioneering journal, the Journal of Islamic Banking and Finance (JIBF), commenced publication in 1984 under the auspices of the International Association of Islamic Banks, Pakistan (Shafiq, 2019).

The Journal of Islamic Economics and Finance (JIEF) is an international academic journal that is peer-reviewed and published biannually in June and December since June 2015, consisting of volumes and two issues per year. The journal is published by the International Research Centre of Islamic Economics and Finance (IRCIEF) at Istanbul Sabahattin Zaim University. JIEF is an open-access publication. JIEF was the first journal in this field to publish articles in three languages: Arabic, Turkish, and English.

IRCIEF contributes to the knowledge base in the field of Islamic Economics and Finance and ensures specialization to train leading academics and qualified individuals for the sector. In this regard, it follows the latest developments in the Islamic finance sector and informs stakeholders to increase awareness in the field. Additionally, it acts as a bridge between academia and industry by organizing events such as the International Conference on Islamic Economics and Finance. Moreover, IRCIEF publishes the Journal of Islamic Economics and Finance to make academic research in the field accessible to wider audiences.

JIEF, which is the only journal indexed in TRdizin related to Islamic Economics and Finance and publishes in three different languages, is a peer-reviewed journal that publishes novel and rigorous research in the field. JIEF aims to publish theoretical, empirical, and policy-oriented papers that contribute to the literature by evaluating present and future issues from an alternative viewpoint pertaining to Islamic banking, instruments, regulations, and Islamic economics and finance. The journal publishes unique research on a variety of topics that will improve the fields of Islamic finance, banking, and economics, including Islamic financing and instruments, Islamic economic theory and history, and Participation Banking.

The journal publishes both theoretical and empirical works that fall under the categories of business, Islamic finance & banking, or Islamic economics. Its scope is broad. The primary themes and clusters of JIEF will be determined by conducting a scientometric analysis as well as a content analysis of the journal articles.

The focus of Islamic economics and finance journals is on socioeconomic issues, including Zakah and Waqf, as well as the financial performance of Islamic financing organizations. Founded with a commitment to advancing research in Islamic economics and finance, JIEF has established itself as a reputable platform. Its scope encompasses diverse topics within Islamic finance, banking, and economic principles, providing a comprehensive view of the field.

This paper aims to present the current status of research in Islamic economics and finance through a bibliometric analysis of the Journal of Islamic Economics and Finance (JIEF). The objective is to identify trends in academic research within this field to guide future studies. This analysis will help researchers understand which topics have been more extensively studied and which countries or groups of countries have been the focus, thereby highlighting gaps in the literature and identifying crucial areas for future research.

Section 2 reviews the existing literature on bibliometric studies. Our research is unique in its focus on the only journal published in three languages (Turkish, English, and Arabic) in this field. Section 3 outlines the research methodology and data collection process. Section 4 presents the findings from the collected data and discusses their implications. Finally, Section 5 concludes the study and offers recommendations for future research.

2. Literature review:

According to Hota, Subramanian, and Narayanamurthy (2019), screening the intellectual structure of any scientific subject using quantitative methods is beneficial. This method is also the most generally used one for creating a comprehensive overview of a journal (Bar-Ilan, 2008). Large data sets may be explored, arranged, and analysed with the aid of bibliometrics (Lezama-Nicolás, Rodríguez-Salvador, Río-Belver, & Bildosola, 2018), as this method allows one to comprehend the presence of the past, identify its history, and suggest future paths.

According to Durieux and Gevenois (2010), bibliometrics includes assessing productivity using quantity indicators, impact using quality indicators, and connections between different scientific actors using structural indicators. In keeping with Cobo, López-Herrera, Herrera-Viedma, and Herrera (2011), bibliometrics typically consists of two processes: scientific mapping analysis and performance analysis. The first analysis evaluates scientific operations, while the second illuminates the dynamic and structural patterns of scientific research.

There are many studies about bibliometrics of journals in general, and few have been done related to journals in the fields of finance, accounting, economics, marketing, and business. A comprehensive bibliometric study of the International Journal of Finance and Economics (IJFE) was conducted by Baker, Kumar, Goyal, and Gupta (2023), covering the period from 1996 to 2021, revealing its significant contributions and impact growth. The UK and the US are the top contributing countries, with the International Monetary Fund and City, University of London as leading affiliations.

Donthu, Kumar, and Pattnaik (2020) employ bibliometric techniques to analyse the Journal of Business Research (JBR), focusing on its prominent topics, prolific authors, and their affiliations. Using VOSviewer software, publications are grouped into six clusters, while Gephi software illustrates co-authorship, bibliographic couplings, co-citations of journals, and author-specified keywords.

Güngör Göksu (2023) provides a retrospective overview of the Journal of Public Budgeting, Accounting, and Financial Management, analyzing its publications from 2011 to 2021 using bibliometric techniques. It reveals the journal's improvements in productivity, visibility, and international collaborations, while identifying research gaps in sustainable development goals and climate change.

Najaf, Atayah, and Devi (2022) examine the performance and themes of the Journal of Accounting in Emerging Economies (JAEE) using bibliometric and scientometric approaches. It reveals JAEE's growth in publication rate, citation impact, and key research themes, providing valuable insights for stakeholders and readers.

Strydom and Els (2016) analyze 245 papers published in the Journal of Economic and Financial Sciences (JEF) between 2007 and 2016, highlighting trends in authorship, geographic distribution of institutions, and main research topics. It reveals a focus on economics, taxation, and finance, with contributions also made to education, economic sociology, and tourism studies.

Valenzuela, Merigó, Johnston, Nicolas and Jaramillo (2017) This study analyses the Journal of Business and Industrial Marketing's contribution to scientific research and its influential themes in B-to-B since its inception in 1986 until 2015, highlighting the USA's predominant role and the increasing interest in these articles over time. It provides an objective view of the journal's evolution over 30 years.

Kumar, Xiao, Pattnaik, Lim, and Rasul (2022) provide an overview of bank marketing through a bibliometric analysis of the International Journal of Bank Marketing (IJBM) from 1983 to 2020, revealing six major themes in the field. It offers valuable insights for authors, editorial board members, editors, readers, and reviewers interested in understanding bank marketing through IJBM's contributions.

Burton, Kumar, and Pandey (2020) The study celebrates the 25th anniversary of The European Journal of Finance (EJF) by analyzing its growth and impact using bibliometric tools. The journal's major themes include portfolio management, risk management, corporate governance, and international finance, with a global network of scholars contributing to its success.

Kumar, Madhavan, and Sureka (2020) provide an overview of trends in the Journal of Emerging Market Finance (JEMF) using bibliometric analysis, highlighting increased publication and citation rates. It identifies frequent contributors and key research topics, offering insights for readers and the editorial team.

There are some studies related to Islamic finance and economics that focus on specific topics rather than journals. For example, Ur Rehman and Othman (1994) investigated how Islamic Economics literature is represented in Bradfordian, while Ridhwan, Johari, and Yusoff (2013) explored author productivity, article counts, subject area trends, and contributing institutions in the Journal of Muamalat and Islamic Finance Research.

It highlights the prominence of Islamic banking and predicts its continued significance in future research. Meanwhile, Hassanein and Mostafa (2023) use bibliometric analysis to examine 464 Islamic Banking and Finance (IB&F) research publications from 1990 to 2019. They find limited international collaboration, with most collaboration happening locally.

Alfakhri, Nurunnabi, and Alfakhri (2018) scrutinized paper citations related to corporate social responsibility from 1970 to 2014. Ahmid and Ondes (2019) studied the unique characteristics of PhD theses on Islamic Economics and Finance produced in the UK between 2000 and 2018. Meanwhile, Firmansyah and Faisal (2020) aimed to visualize the performance of the top five journals in Indonesia's Islamic Economics and Finance through their research.

On the other hand, several studies have previously conducted bibliometric analyses of journals within the realms of Islamic Finance, Islamic Economics, Islamic Accounting, Islamic Marketing, and Islamic Business. Notable among these works are Özdemir and Selçuk (2021), the study by Hassan, Alshater, Mumu, Sarea, and Azad (2021), Hassan, Alshater, Rashid, and Hidayat (2022), Mubarrok, Ulfi, Sukmana, and Sukoco (2022), Yihua, Meng, Farrukh, Raza, and Alam (2023), and Tumewang (2023). (Ahmid, 2024) conducted a bibliometric analysis of the International Journal of Islamic Economics and Finance Studies (IJISEF), covering 173 papers from 2015 to 2023. The study highlights increasing citations and international contributions, particularly from Turkey, Indonesia, and Malaysia, recommending an expansion in publication frequency and focus on emerging topics like SDGs, cryptocurrencies, and fintech. Similarly, (Ahmid & Ali, 2024) analyzed the Turkish Journal of Islamic Economics (TUJISE), examining 156 papers from 2014 to 2023. The study reveals a rise in citations and contributions from Turkey, Malaysia, and Pakistan, suggesting increased publication frequency and the translation of abstracts into Turkish.

All of these recent studies focus on the bibliometric aspects of journals with content related to Islamic Finance, Islamic Economics, Islamic Accounting, Islamic Marketing, and Islamic Business.

The main objective of this study is to identify the most popular JIEF publications, which include the most cited papers, the most prolific authors, and the most prominent countries or organizations. Furthermore, this study offers an assessment of the journal's performance during its eight years of existence. Finally, it offers the conceptual framework for publications released by JIEF by highlighting the most important terms and grouping them into many primary study areas. In doing so, the author addresses the development of this publication and makes some recommendations for further research in the future.

3. Methodology:

Bibliometric analysis serves as a powerful lens to gauge the scholarly impact of a journal. By quantifying citation patterns, authorship dynamics, and thematic trends, this analysis goes beyond anecdotal evidence, offering a data-driven understanding of JIEF's academic standing.

Using an objective and quantitative perspective, bibliometric analysis entails a detailed review of publications in a particular subject or field. For instance, Albort-Morant and Ribeiro-Soriano (2016) studied the international impact of business incubators, while Baker, Kumar, and Pandey (2019) focused on the Global Finance Journal.

On the other hand, Chen and Xiao (2016) explored selecting publication keywords. Furthermore, Chen, Cheng, and Hao (2019) investigated research topics, author profiles, and collaboration networks.

Additionally, Donthu, Kumar, and Pattnaik (2020) analyzed the Journal of Business Research, and Valenzuela-Fernandez, Merigó, Lichtenthal, and Nicolas (2019) examined the Journal of Business-to-Business Marketing.

The goal of bibliometric analysis is to examine the standardizable quantitative methods of studies in the context of their qualitative classifications (Tague-Sutcliffe, 1992). According to Zhong, Geng, Liu, Gao, and Chen (2016), bibliometric analyses are viewed as an effective and crucial tool for evaluating scientific output in the social sciences. They offer a way to characterize the dynamics and trajectory of publications in developing research as well as the evolution of the scientific field over time.

The most representative summary of bibliographic resources might be obtained by bibliometric analysis using quantitative methodologies (Martínez-López, Merigó, Valenzuela-Fernández, and Nicolás, 2018). According to Hota et al. (2019), it would enable researchers to screen and identify the intellectual structure of certain fields, journal publications, affiliations, and countries.

In this study, particular care was taken in detail during the data collection and analysis processes. The study focused on a specific time period using bibliometric markers such as authorship trends, collaboration metrics, citation

analysis, and keyword analysis. Several elements are essential to provide an accurate image of JIEF's intellectual footprint.

Bibliographic data were obtained from the Dergipark platform database, extracting authors' names, abstracts, keywords, citations, and references. According to the database, 102 papers were published in JIEF from 2015 to the end of 2023. The collected data were organized, sorted, and statistically analyzed using Microsoft Excel and Python. Data retrieval was completed on May 5, 2024. Content analysis was employed to determine the title, number of authors, genders, keywords, topics, affiliations, languages, citations, and countries from the JIEF archives.

4. Findings and discussion

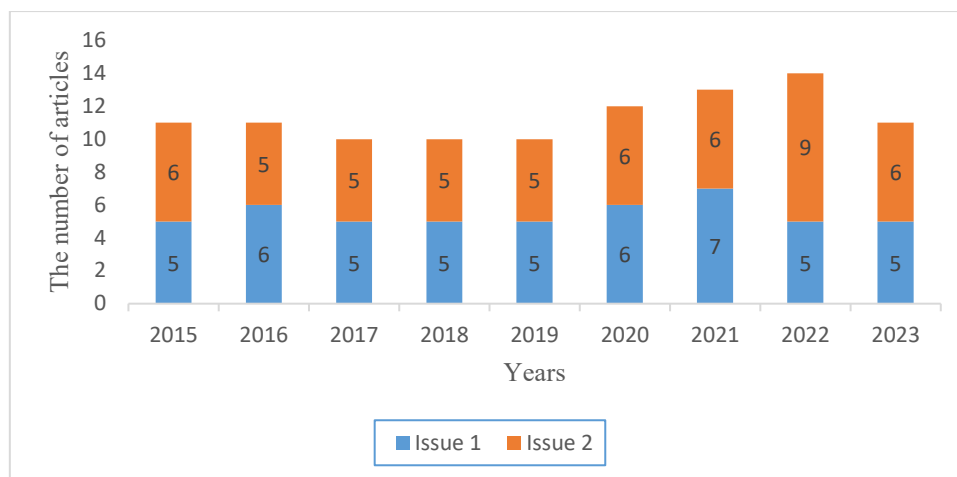
4.1 Descriptive information about the journal:

Important information on the journal's increase in publications, as well as the most significant authors, institutions, and countries, is provided to the reader in this section.

The Journal of Islamic Economics and Finance (JIEF) began its publications in the field of Islamic Economics and Finance in 2015 with five papers in the inaugural issue. The first paper, authored by Orman (2015), presents a comprehensive analysis and evaluation of *Kitāb al-Kasb*, one of the oldest texts dedicated to an economic issue in the intellectual history of Islam. The subsequent papers cover various topics within the journal's focus area. JIEF adopts a biannual publication schedule, releasing two issues per year.

As seen in Figure 1, during the first five years of the journal, the number of papers per issue was primarily maintained at five, with some deviations in the first and second years. However, starting from 2020, the number has consistently risen, reaching six papers per issue. In 2022, the second issue set a record for the journal with nine papers, the highest number to date.

Figure 1: Number of papers per issue



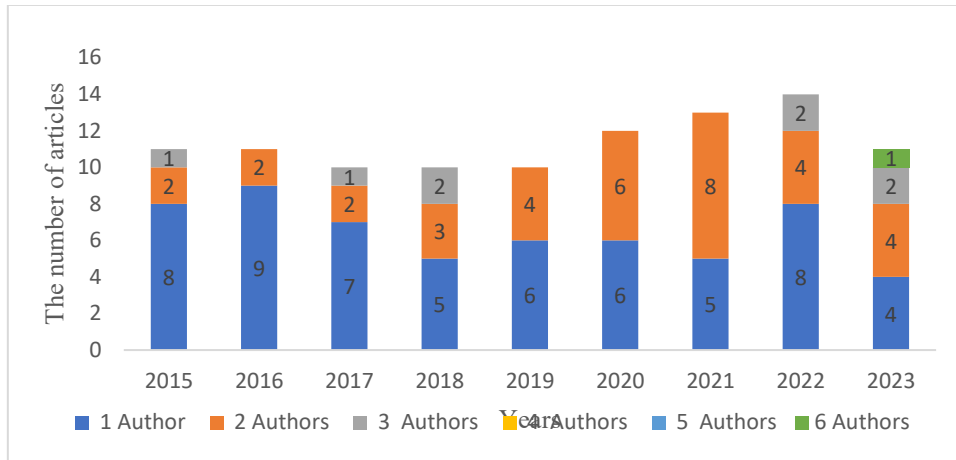
Source: Author's own (2024)

The pattern shows that the journal's popularity is rising as more manuscripts are making it through the peer-review process. Because of this tendency, JIEF is now including more papers in each issue, thus expanding its scope. The future is likely to see scholars in the field of Islamic finance and economics putting in more requests to submit their work to a journal that publishes in three languages: Arabic, English, and Turkish. As a result, the journal may decide to publish more papers in each issue or release more issues annually. Both approaches, however, would require more experienced reviewers with the time to thoroughly assess the submitted papers. Therefore, the journal has to come up with a plan to attract and convince authors who have written for the publication in the past to serve as reviewers.

Author trends for each paper: One author's work or the combined efforts of two or more writers can produce an academic article. While co-authorship is less widespread in the social sciences than in the natural sciences, some research indicates that this tendency is increasing (Henriksen, 2016; Özdemir and Selçuk, 2021). JIEF is likewise prone to this propensity. Figure 2 shows an increase in the average number of authors and co-author share over

time. It shows that 55 papers were published by one author while 44 papers were published by two authors or more.

Figure 2: Trends in authors per paper



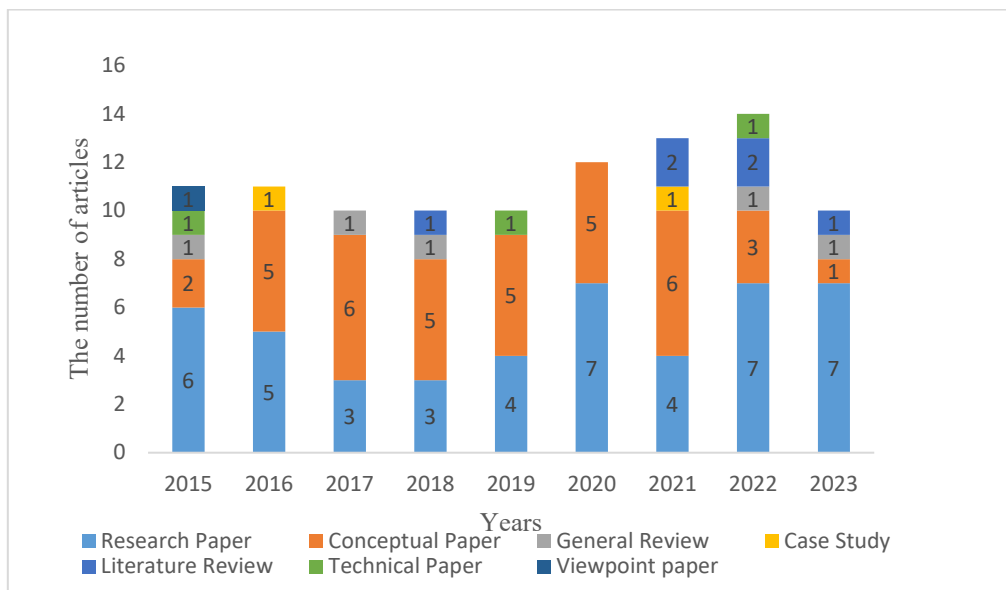
Source: Author's own (2024)

The papers published in the JIEF journal were classified into seven categories by referring to each paper and understanding its content. Figure 3 shows the types of papers published between 2015 and 2023. The classification was adapted from Özdemir and Selçuk (2021).

Paper types between 2015 and 2023 are displayed in Figure 3. The most popular type, selected 46 (45%) times, is the research paper, which includes any form of study report that examines a model or framework. Conceptual papers, which develop new concepts, theories, discuss ideas, or philosophical issues related to a particular topic, are the second most published genre; 38 (37%) of them were selected. Viewpoints, general reviews, case studies, literature reviews, and technical papers are the other categories of publications. Compared to research and conceptual papers, they are less preferred.

Over the years, the collection has expanded to include a variety of papers, including 6 literature reviews, 5 general reviews, 3 technical papers, 2 case studies, and 1 viewpoint paper.

Figure 3: Paper types by year



Source: Author's own (2024)

Despite an increase in research papers and a decrease in conceptual papers over time, the numbers of both types remain close to each other, as shown in Figure 4. This indicates that the editorial board of the journal values both types equally. This is noteworthy, especially considering that the journal specializes in Islamic finance and economics, which benefit from both types of papers.

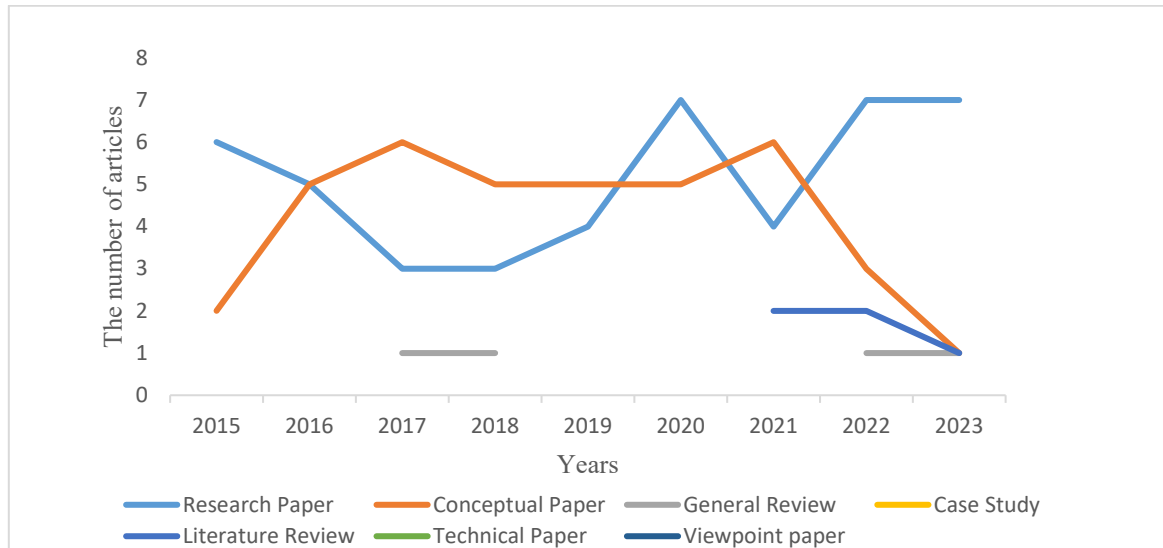
Research papers play a crucial role in providing empirical evidence and advancing knowledge in the field. They are highly regarded for their rigorous approach, relying on data and analysis to test hypotheses and validate theories, as well as offering practical solutions.

On the other hand, conceptual papers are instrumental in developing new concepts and theories. They stimulate discussion and can lead to the formulation of new hypotheses, making them valuable for shaping research agendas and exploring new perspectives within the field.

The journal's interest in both types of papers reflects its commitment to providing a comprehensive and balanced view of the field, which is essential for advancing understanding in Islamic finance and economics.

It is noted here that the number of review papers is small compared to research papers and conceptual papers. To increase citations and readership, the number of this type of research should be increased, as mentioned by Hassan et al. (2021).

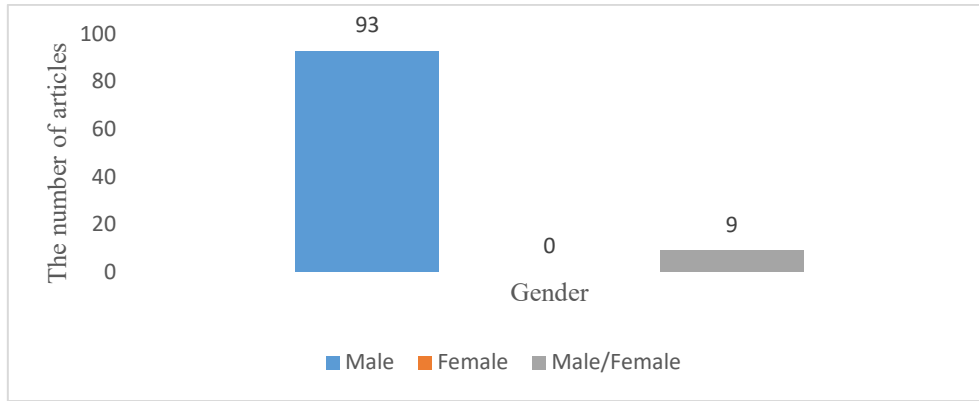
Figure 4: Distribution of research approaches of publications by years



Source: Author's own (2024)

Figure 5 shows the disparity in the number of publications between male and female authors. The data indicates a significantly higher number of publications by male authors compared to female authors. Notably, there were no publications authored solely by females. This observation aligns with the findings of West, Jacquet, King, Correll, and Bergstrom (2013), highlighting a significant underrepresentation of women as sole authors in academic publications.

Figure 5. Distribution by Gender

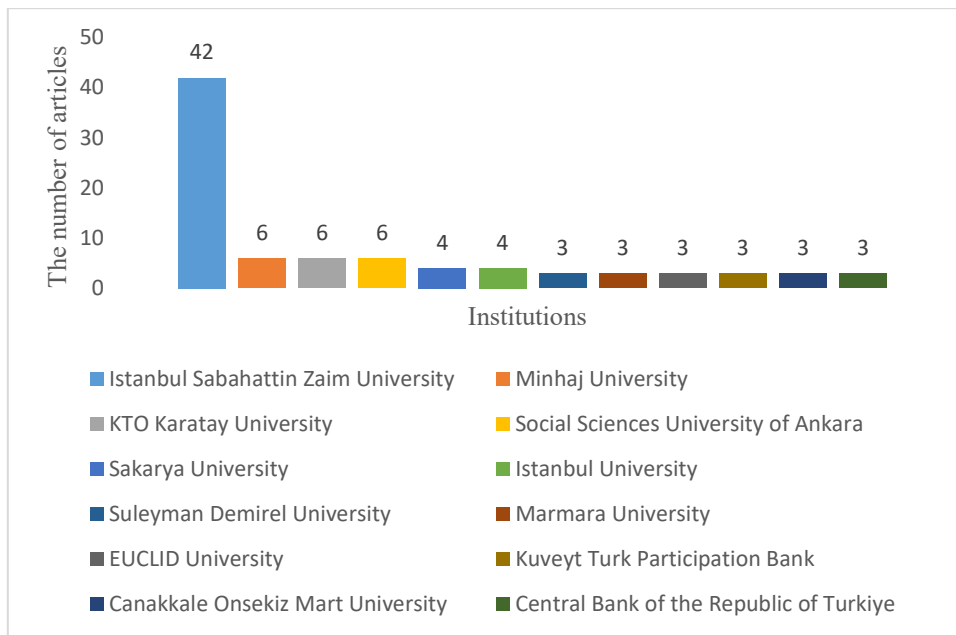


Source: Author's own (2024)

4.2 Collaborations and Authorship Patterns:

It's critical to comprehend the collaborative nature of research. This section provides insight into international relationships between countries and institutions by examining authorship trends within JIEF. These observations not only highlight the range of authors but also allude to the influence JIEF's scholarly output has on a global scale.

Figure 6. The most productive institutions



Source: Author's own (2024)

The field of Islamic finance and economics has garnered significant attention since its inception in the 1950s. Western countries, as well as others, have focused on this subject. Numerous educational institutions and individual scholars have researched Islamic economics and finance, in addition to financial organizations that operate in Western countries. Therefore, as evidenced by country instances, all these tendencies in Muslim and non-Muslim countries are reflected in the articles published in JIEF. Furthermore, several researches have addressed multiple nation groups rather than simply one.

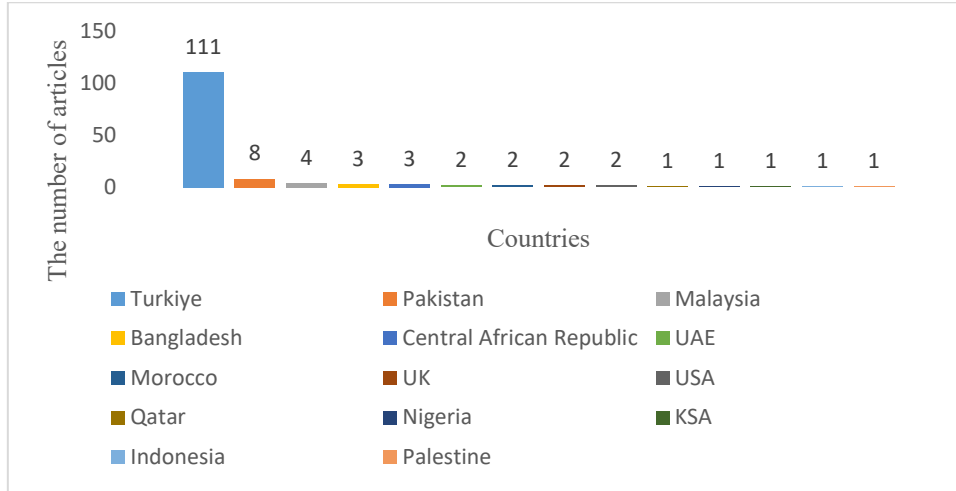
Figure 6 presents the institutions most frequently associated with the journal. Among the top twelve institutions, Istanbul Sabahattin Zaim University emerges as the most productive, with 38 out of 55 institutions being Turkish.

Istanbul Sabahattin Zaim University is a private university located in Istanbul, Turkey. Established in 2010, the university is known for offering educational programs in various fields including Islamic economics and finance. The university is named after Sabahattin Zaim, who was a renowned scholar and thinker in Islamic sciences and

philosophy. The university aims to enhance research and education in the fields of Islamic economics and finance and to achieve academic excellence in these areas.

The countries with the most contributions to the journal include Pakistan, Malaysia, Bangladesh, Central African Republic, UAE, Morocco, UK, USA, Qatar, Nigeria, KSA, Indonesia, and Palestine, as shown in Figure 7.

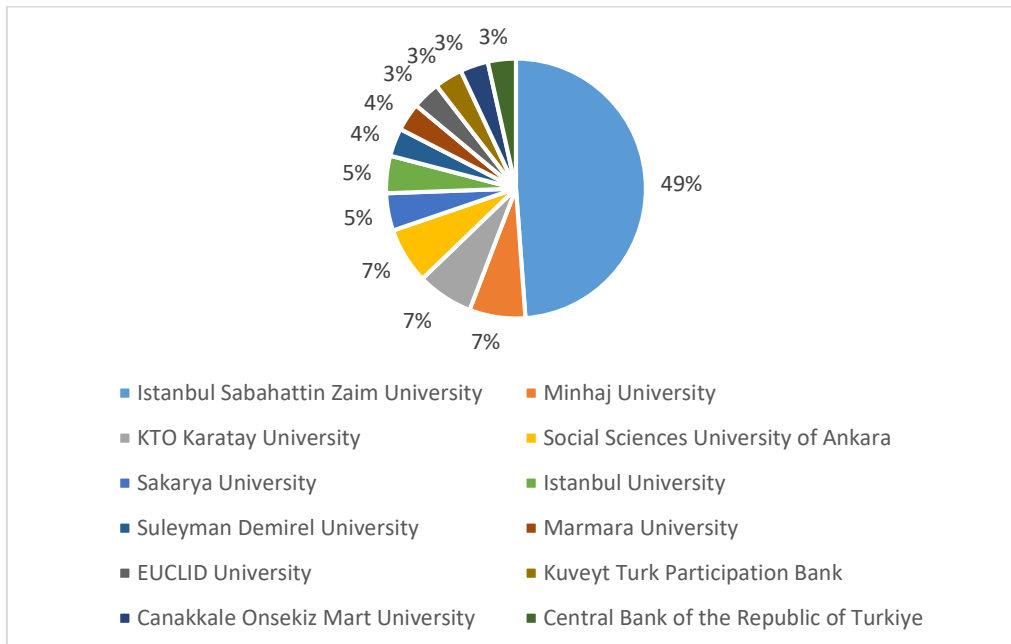
Figure 7. The top productive countries



Source: Author's own (2024)

Figure 8 highlights Istanbul Sabahattin Zaim University's prominent position across various metrics. The university accounts for 49% of all journal publications, which is expected as it is both the publisher of the journal and renowned worldwide for its studies in Islamic economics and finance.

Figure 8. The percentage of the most productive institutions



Source: Author's own (2024)

4.3 Citation and language analysis:

According to Tsay (2009), citations indicate an article's impact. Therefore, this section identifies the most significant publications and authors, revealing JIEF's citation patterns. It examines the impact of JIEF's publications on the academic community and the direction of research in Islamic finance and economics.

The number of issues of JIEF has not increased since its first issue, so it is recommended to increase the number of issues per year as well as the number of publications accepted per issue. This could potentially increase the number of views and citations of the journal without compromising on quality, as suggested by Hassan et al. (2021). It is noted that as the number of issues rises, so do the citations; assuming the journal maintains the necessary standard of quality, more publications will likely have a greater influence.

In Table 1, the most cited documents and authors of the journal are presented. The first article, which was the most cited document throughout the period, was written by Ersoy (2015) with 40 citations. It was written in Turkish and is classified as a conceptual paper. This article was published in the first issue of the journal's inaugural year. The paper discusses Islamic economics and its economic structure, highlighting that Islamic Economics prioritizes fairness and justice in economic activities, emphasizing voluntary agreements among economic actors. It aims to create a peaceful and harmonious society, rejecting monopolies and focusing on human welfare and cooperation.

The scholar Ersoy, author of the most cited paper in this journal, is a Turkish academician who has authored numerous research papers and books on Islamic economics.

The second most cited document was written by Bulut (the chief editor of the journal) and Korkut (2016) in Turkish. This study examines the role of "cash waqfs" in Ottoman economic life, focusing on their establishment, Islamic background, and long-term profit rates compared to European interest rates, with a particular emphasis on the region of Rumelia. Bulut also has another article published in 2017 that was among the list of most highly cited documents.

The third most cited paper was written by Hazıroğlu (2016). The paper discusses the concept of "Participation Banks" in Turkey, emphasizing its unique importance in the market. It argues that renaming these institutions could reintroduce challenges and suggests maintaining the use of the term "Participation Banks" due to its direct reflection of the profit/loss-sharing financial services they offer.

It was observed that the most cited article was in Turkish, with 7 out of the 9 most cited articles being written in Turkish. On the other hand, the paper written in English appeared only twice in the list of the most cited papers.

Table 1. Top 9 Cited manuscripts

Title	Author	Year	Languages	Citations
Islamic Economics and Its Economic Structure: Human- Cantered Economics and Economic Structure	Arif Ersoy	2015	Turkish	40
Financial Stability and Cash Waqfs: Samples of Rumelia Cash Waqfs	Mehmet Bulut and Cem Korkut	2016	Turkish	38
The Emergence and Conceptual Importance of The Participation Banking Idea in Turkey	Temel Hazıroğlu	2016	Turkish	37
The Relationship Between Total Credit Volumes of Traditional and Participation Banks and Economic Growth in Turkey	Recep akar, Güngör Karakaş and Selim Güngör	2018	Turkish	36
Tawarruq Market in Turkey in Accordance with The Principles of Interest-Free Banking: Product Specialization Exchange	Fatih KAZANCI	2018	Turkish	36
Role of Islamic Microfinance Scheme in Poverty Alleviation and Well-Being of Women Implemented by Islami Bank Bangladesh Limited	Farooqi Abul Hassan, Mahboob Ur Rasul Qamar and Abdelkader Chachi	2017	English	26
Evaluation of Participation Bank Advisory Boards as Management Factor	Yusuf Din	2016	Turkish	24
Modern Economics-Finance Tradition and The Ottomans	Mehmet Bulut	2017	Turkish	21

Bibliometric Analysis of PhD Dissertations Written in Islamic Banking and Finance in The United Kingdom	Almabrok F Ahmid and Turan Ondes	2019	English	21
---	----------------------------------	------	---------	----

Source: Author's own (2024)

The fourth most cited article was written by Çakar, Güngör, and Karakaş (2018). The study examines the relationship between the credit volumes of traditional and participation banks and GDP in Turkey. Using Johansen Cointegration and Granger Causality tests, it establishes a long-run relationship between the credit volume of development and investment banks and GDP. The Granger Causality Test indicates one-way causality from the credit volume of these banks to GDP, and from GDP to the credit volumes of participation banks and the Central Bank of the Republic of Turkey.

The fifth most cited article was written by Kazancı (2018). The article discusses how participation banks in Turkey use the tawarruq method to restructure uncollectible receivables and the commodity murabahah method for liquidity management, both facilitated through the London Metal Exchange (LME). It explores the potential benefits of establishing a product specialization stock exchange in 2018 to enhance Turkish participation banking, particularly in tawarruq and commodity murabahah transactions.

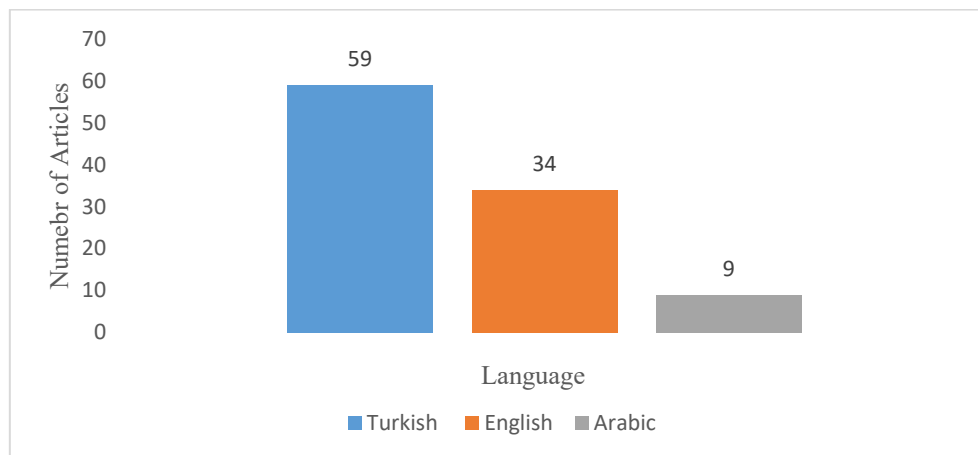
As mentioned earlier, authors are allowed to publish in three languages: Turkish, English, and Arabic. Figure 9 shows the languages in which the publications were written. It was observed that Turkish was the most commonly used language, with 59 articles, followed by English with 34 articles, and Arabic was the least used language, with just 9 articles.

According to Tumewang (2023), the limited attention given to Arabic-language publications may explain their low citation count. However, maintaining these publications as a distinctive feature of our journal is crucial. Tumewang also recommended offering English translations of the Arabic articles.

Future studies could explore various languages, such as Arabic and Malay, in addition to English, to enhance the generalizability of the findings. (Hassanein and Mostafa, 2023)

Considering that JIEF is published in three languages, with Turkish being the most used, and that the most cited publications are mostly in Turkish, it is recommended to increase the number of accepted articles in English and Arabic, or at least provide translated abstracts for all three languages per publication. This approach could make the journal more international and inclusive, potentially leading to three separate editions in Turkish, English, and Arabic.

Figure 9. Language used in articles



Source: Author's own (2024)

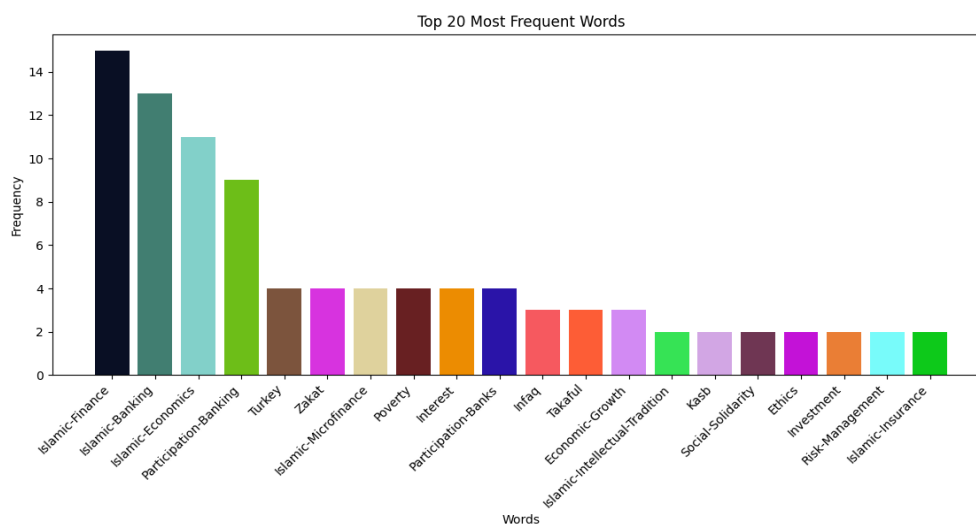
4.4 Emerging topics and Keyword Analysis:

Some topics become more prominent as the academic environment changes. This paper explores new directions in JIEF research, using keyword analysis to pinpoint areas of interest for further study. This section offers a glimpse into the dynamic character of Islamic finance and economics studies.

mercantilism, liberalism, and socialism, as concepts centered around Europe. It also highlights the Ottoman Empire's distinctive and comprehensive alternative to this Eurocentric economic model, shaped by its expanding commercial and economic ties with neighboring nations. The study underscores the importance of exploring Ottoman heritage in economics and finance for contemporary alternative studies in these fields.

On the other hand, Bulut and Korkut (2016) focus on the role of "cash waqfs" in Ottoman economic life. Their study examines the establishment, Islamic background, and long-term profit rates of these institutions compared to European interest rates, with a specific focus on the region of Rumelia.

Figure 11 The 20 Most Used Keywords 'by Python'



Source: Author's own (2024)

5. Future Directions:

Additionally, a research gap is identified in the current literature. For instance, previous studies published in JIEF have mostly focused on Islamic banking, zakat, and waqf institutions. They have only partially addressed the burgeoning halal industry, which encompasses a range of products and services such as halal food and beverages, halal cosmetics, halal tourism, and more. Therefore, in the future, studies on the Islamic economy may also be connected to other global challenges like the Sustainable Development Goals (SDGs), which cover a wide range of complex topics including net-zero carbon emissions, climate change, gender diversity, and others. These ideals can be reconciled with or opposed to the tenets of Islamic economics in their study.

Finally, additional quantitative studies are needed to uncover factual proof of the Islamic economy's current practices, not just in places where Muslims predominate. Furthermore, this analysis offers several recommendations for enhancing the journal's performance. Firstly, JIEF should consider translating the Turkish and Arabic articles into English to spread awareness of several significant topics among a wider audience and increase the journal's influence.

6. Conclusion:

In conclusion, our bibliometric research provides a nuanced perspective on JIEF's scholarly impact. By exploring subject patterns, collaboration networks, and citation landscapes, we gain valuable insights into the journal's influence on the discourse surrounding Islamic finance and economics.

Since its launch in 2015, JIEF has maintained a biannual publication schedule, releasing two issues per year. The number of papers published in the journal has increased over time; in 2022, an average of 14 articles were published per year. Our analysis included a total of 102 publications, and statistical programs like Microsoft Excel and Python were employed to analyze the data.

Most publications have ties to Turkish organizations, notably Istanbul Sabahattin Zaim University. Significant contributions also come from Malaysia, the United States, the United Kingdom, Saudi Arabia, and Bangladesh. There are no publications authored exclusively by women; male authors predominate.

Over time, citations have generally increased, with peaks in 2015, 2018, and 2019. Arabic and English are the next most frequently used languages in JIEF publications after Turkish. The majority of the most referenced articles are written in Turkish, indicating the need for additional English-language contributions to broaden global influence.

Subjects covered by the most referenced articles include Islamic economics, Waqf, participation banking, economic growth, interest, and poverty. One suggestion for improvement is to increase the number of review papers to enhance readership and citations.

The major subjects covered in JIEF include Islamic banking, Islamic finance, Takaful, Zakat, and ethics. The journal's focus is evident in its primary subject of Islamic finance.

Research gaps have been identified, such as the lack of attention to the halal business sector and the potential integration of Islamic economics with global issues like the Sustainable Development Goals (SDGs). Future research could explore the practices of the Islamic economy in regions with minority Muslim populations.

Translating papers written in Turkish and Arabic into English is recommended to enhance the journal's impact and reach a broader audience.

In summary, this bibliometric study provides a comprehensive overview of JIEF's contributions to Islamic finance and economics. The journal's editorial board, authors, and researchers in the field can benefit from these findings. The suggestions aim to expand the journal's international readership and explore new areas within Islamic finance and economics.

References:

- Ahmid, A., (2024). A Ten-Year Review of The Turkish Journal of Islamic Economics (TUJISE): A Bibliometric Study. *Turkish Journal of Islamic Economics*. 1-29, Preprint. <https://doi.org/10.26414/A4214>
- Ahmid, A. F., & Ali, S. N. M. (2024). A Thorough Nine-Year Bibliometric Review of The International Journal of Islamic Economics and Finance Studies (IJISEF). *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 10(2), 148-172. <https://doi.org/10.54427/ijisef.1441631>
- Ahmid, A. F., & Ondes, T. (2019). Bibliometric analysis of PhD dissertations written in Islamic banking and finance in the United Kingdom. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 5(1), 63-91.
- Albort-Morant, G., & Ribeiro-Soriano, D. (2016). A bibliometric analysis of international impact of business incubators. *Journal of Business Research*, 69(5), 1775-1779. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.054>
- Alfakhri, Y., Nurunnabi, M., & Alfakhri, D. (2018). A citation analysis of corporate social responsibility (1970-2014): insights from Islamic perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 621-654. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0092>
- Baker, H.K., Kumar, S. & Pandey, N. (2019), "Thirty years of the Global Finance Journal: a bibliometric analysis", *Global Finance Journal*, Vol. 47, p. 100492. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2019.100492>
- Baker, H. K., Kumar, S., Goyal, K., & Gupta, P. (2023). International journal of finance and economics: A bibliometric overview. *International Journal of Finance & Economics*, 28(1), 9-46. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2725>
- Bar-Ilan, J. (2008). Informetrics at the beginning of the 21st century—A review. *Journal of informetrics*, 2(1), 1-52. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2007.11.001>
- Bulut, M. (2017). Modern iktisat-finans geleneği ve Osmanlılar. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 3(1), 33-59.
- Bulut, M., & Korkut, C. (2016). Finansal istikrar ve para vakıfları etkisi: Rumeli para vakıfları örnekleri. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 2(1), 55-76.

- Burton, B., Kumar, S., & Pandey, N. (2020). Twenty-five years of The European Journal of Finance (EJF): A retrospective analysis. *The European Journal of Finance*, 26(18), 1817-1841. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1754873>
- Çakar, R., Güngör, S., & Karakaş, G. (2018). Türkiye’de geleneksel ve katılım bankalarının toplam kredi hacimleriyle ekonomik büyüme arasındaki ilişkisi. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 4(1), 69-95.
- Chen, G., & Xiao, L. (2016). Selecting publication keywords for domain analysis in bibliometrics: A comparison of three methods. *Journal of Informetrics*, 10(1), 212-223. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2016.01.006>
- Chen, X., Yu, G., Cheng, G. & Hao, T. (2019), “Research topics, author profiles, and collaboration networks in the top-ranked journal on educational technology over the past 40 years: a bibliometric analysis”, *Journal of Computers in Education*, Vol. 6 No. 4, pp. 563-585. <https://doi.org/10.1007/s40692-019-00149-1>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of informetrics*, 5(1), 146-166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>
- Dinç, Y. (2016). Katılım bankalarının danışma kurulunun kurumsal yönetim unsuru olarak değerlendirmesi. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 2(2), 83-103.
- Donthu, N., Kumar, S. & Pattnaik, D. (2020), “Forty-five years of Journal of Business Research: a bibliometric analysis”, *Journal of Business Research*, Vol. 109, pp. 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.039>
- Durieux, V., & Gevenois, P. A. (2010). Bibliometric indicators: quality measurements of scientific publication. *Radiology*, 255(2), 342-351. <https://doi.org/10.1148/radiol.09090626>
- Ersoy, A. (2015). İslam iktisadı ve iktisadi yapısı: İnsan merkezli fitri iktisat ve iktisadi yapısı. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi/Journal of Islamic Economics and Finance (JIEF)*. 1 (1), 37-64.
- Farooqi, A. H., Qamar, M. U. R., & Chachi, A. (2017). Role of Islamic microfinance scheme in poverty alleviation and well-being of women implemented by Islami Bank Bangladesh Limited. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 3(1), 1-32.
- Firmansyah, E. A., & Faisal, Y. A. (2019). Bibliometric analysis of Islamic economics and finance journals in Indonesia. *Al-muzara’ah*, 7(2), 17-26.
- Güngör Göksu, G. (2023). A retrospective overview of the Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management using bibliometric analysis. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 35(2), 264-295. <https://doi.org/10.1108/JPBAFM-04-2022-0061>
- Hassanein, A., & Mostafa, M. M. (2023). Bibliometric network analysis of thirty years of islamic banking and finance scholarly research. *Quality & Quantity*, 57(3), 1961-1989 <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01453-2>
- Hassan, M. K., Alshater, M. M., Mumu, J. R., Sarea, A. M., & Azad, M. A. K. (2021). Bibliometric analysis of the Journal of Islamic Accounting and Business Research: Ten years review. *COLLNET Journal of Scientometrics and Information Management*, 15(1), 63-88. <https://doi.org/10.1080/09737766.2021.1934603>
- Hassan, M. K., Alshater, M. M., Rashid, M., & Hidayat, S. E. (2022). Ten years of the Journal of Islamic Marketing: a bibliometric analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 13(10), 2047-2068. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0322>
- Haziroğlu, T. (2016). Türkiye’de Katılım Bankacılığı Fikrinin Doğuşu Ve Kavramsal Önemi. *İslam Ekonomisi Ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 2(1), 119-132.
- Henriksen, D. (2016). The rise in co-authorship in the social sciences (1980–2013). *Scientometrics*, 107(2), 455-476. <https://doi.org/10.1007/s11192-016-1849-x>
- Hota, P. K., Subramanian, B., & Narayanamurthy, G. (2019). Mapping the intellectual structure of social entrepreneurship research: A citation/co-citation analysis. *Journal of business ethics*, 166(1), 89-114. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04129-4>
- IFSB (2023), Islamic Financial Services Industry Stability Report 2023. Annual Report, Islamic Financial Services Board.

- Kazancı, F. (2018). Tawarruq Market in Turkey in Accordance with The Principles of Interest-Free Banking: Product Specialization Exchange. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(1), 17-47.
- Kumar, S., Madhavan, V., & Sureka, R. (2020). The journal of emerging market finance: a bibliometric overview (2002–2019). *Journal of Emerging Market Finance*, 19(3), 326-352. <https://doi.org/10.1177/0972652720944329>
- Kumar, S., Xiao, J. J., Pattnaik, D., Lim, W. M., & Rasul, T. (2022). Past, present and future of bank marketing: a bibliometric analysis of International Journal of Bank Marketing (1983–2020). *International Journal of Bank Marketing*, 40(2), 341-383. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2021-0351>
- Lezama-Nicolás, R., Rodríguez-Salvador, M., Río-Belver, R., & Bildosola, I. (2018). A bibliometric method for assessing technological maturity: the case of additive manufacturing. *Scientometrics*, 117(3), 1425-1452. <https://doi.org/10.1007/s11192-018-2941-1>
- Martínez-López, F. J., Merigó, J. M., Valenzuela-Fernández, L., & Nicolás, C. (2018). Fifty years of the European Journal of Marketing: a bibliometric analysis. *European Journal of Marketing*, 52(1/2), 439-468. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2017-0853>
- Mubarrok, U. S., Ulfi, I., Sukmana, R., & Sukoco, B. M. (2022). A bibliometric analysis of Islamic marketing studies in the “journal of Islamic marketing”. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4), 933-955. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0158>
- Mostafa, M. M. (2020). A knowledge domain visualization review of thirty years of halal food research: Themes, trends and knowledge structure. *Trends in Food Science & Technology*, 99, 660-677. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.03.022>
- Najaf, K., Atayah, O., & Devi, S. (2022). Ten years of Journal of Accounting in Emerging Economies: a review and bibliometric analysis. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 12(4), 663-694. <https://doi.org/10.1108/JAEE-03-2021-0089>
- Orman, S. (2015). İslam Entelektüel Geleneğinde İktisadi Boyutun Teşekkülü: Şeybânî, Serahsî ve Kitâbu'l-Keshb (I). *İslam Ekonomisi Ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 1(1), 1-36.
- Özdemir, M., & Selçuk, M. (2021). A bibliometric analysis of the International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 14(4), 767-791. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-06-2020-0277>
- Pearce, P. F., Hicks, R. W., & Pierson, C. A. (2018). Keywords matter: A critical factor in getting published work discovered. *Journal of the American Association of Nurse Practitioners*, 30(4), 179-181.
- Ridhwan, M., Johari, F., & Yusoff, M. M. (2013). Eight years of Journal of Muamalat and Islamic Finance Research (JMIFR) (2004-2011): A way forward. *Library Philosophy and Practice (e-journal)* 1012.
- Schwert, G. W. (1993) ‘The journal of financial economics. A retrospective evaluation (1974-1991)’, *Journal of Financial Economics*, 33(3), pp. 369–424. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(93\)90012-Z](https://doi.org/10.1016/0304-405X(93)90012-Z)
- Shafiq, A. (2019). A review of journals and publishing houses in the field of Islamic economics and finance. *IKAM Reports*.
- Strydom, N., & Els, G. (2016). A bibliometric analysis of the Journal of Economic and Financial Sciences (2007-2016). *Journal of Economic and Financial Sciences*, 9(3), 951-974. <https://hdl.handle.net/10520/EJC198835>
- Su, H. N., & Lee, P. C. (2010). Mapping knowledge structure by keyword co-occurrence: A first look at journal papers in Technology Foresight. *scientometrics*, 85(1), 65-79. <https://doi.org/10.1007/s11192-010-0259-8>
- Tague-Sutcliffe, J. (1992). An introduction to informetrics. *Information processing & management*, 28(1), 1-3. [https://doi.org/10.1016/0306-4573\(92\)90087-G](https://doi.org/10.1016/0306-4573(92)90087-G)
- Tsay, M. Y. (2009). Citation analysis of Ted Nelson’s works and his influence on hypertext concept. *Scientometrics*, 79(3), 451-472. <https://doi.org/10.1007/s11192-008-1641-7>
- TUMEWANG, Y. K. (2023). A Bibliometric Analysis of the Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 36(1), 45–70. <https://doi.org/10.4197/Islec.36-1.3>

ur Rehman, S., & Othman, R. (1994). Islamic economics literature: A bibliometric analysis. *Intellectual Discourse*, 2(2). <https://doi.org/10.31436/id.v2i2.461>

Valenzuela-Fernandez, L., Merigó, J. M., Lichtenthal, J. D., & Nicolas, C. (2019). A bibliometric analysis of the first 25 years of the Journal of Business-to-Business Marketing. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26(1), 75-94. <https://doi.org/10.1080/1051712X.2019.1565142>

Valenzuela, L. M., Merigó, J. M., Johnston, W. J., Nicolas, C., & Jaramillo, J. F. (2017). Thirty years of the Journal of Business & Industrial Marketing: A bibliometric analysis. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32(1), 1-17. <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2016-0079>

West, J. D., Jacquet, J., King, M. M., Correll, S. J., & Bergstrom, C. T. (2013). The role of gender in scholarly authorship. *PloS one*, 8(7), e66212. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0066212>

Yihua, W., Meng, F., Farrukh, M., Raza, A., & Alam, I. (2023). Twelve years of research in The International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management: a bibliometric analysis. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(1), 154-174. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2020-0134>

Zhong, S., Geng, Y., Liu, W., Gao, C., & Chen, W. (2016). A bibliometric review on natural resource accounting during 1995–2014. *Journal of cleaner production*, 139, 122-132 <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.039>

KATILIM BANKALARININ FİNANSAL PERFORMANS GÖSTERGELERİ İLE MAKROEKONOMİK FAKTÖRLER ARASINDAKİ İLİŐKİ¹

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE FINANCIAL PERFORMANCE INDICATORS OF PARTICIPATION BANKS AND MACROECONOMIC FACTORS

Hülya ER 

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 09.08.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024*

Öz

Makroekonomik göstergelerdeki değişim, katılım bankalarının finansal performanslarını etkileyebilmektedir. Bu nedenle, katılım bankalarının, rekabet ortamında varlıklarını koruyabilmesi, artırabilmesi ve karlılıklarını sürdürebilmesi için değişen ekonomik koşulları göz önünde bulundurarak stratejiler geliştirebilmeleri önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının finansal performans göstergeleri ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmada, 2008-2022 yılları arasındaki veriler, nicel analiz yöntemlerinden fark, korelasyon ve regresyon analizleri ile test edilmiştir. Çalışma sonucunda, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla ile katılım bankalarının performans göstergeleri arasındaki ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Enflasyonun Öz Sermaye Karlılık Oranı, Aktif Karlılık Oranı ve Sermaye Yeterlilik Oranı üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Elde edilen bulgular, Türkiye’deki katılım bankalarının finansal performans göstergelerinin enflasyonla ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çalışma, makroekonomik koşulların katılım bankalarının finansal performansına etkisini anlamayı ve bu anlayışın bankacılık sektörünün güçlenmesine ve ülke ekonomisinin büyümesine katkıda bulunabileceğini hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Finans, İslami Finans, Katılım Bankacılığı, Finansal Performans.

JEL Sınıflaması: G20, G21, E02.

Abstract

The change in macroeconomic indicators can affect the financial performance of participation banks. Therefore, participation banks must develop strategies considering the changing economic conditions to maintain, increase, and sustain their assets and profitability in a competitive environment. This study examines the relationship between the financial performance indicators of participation banks operating in Turkey and macroeconomic factors. Quantitative analysis methods, including variance, correlation, and regression analyses, were conducted using data from 2008-2022. The study found no relationship between Gross Domestic Product and the performance indicators of participation banks. However, inflation was observed to impact the Return on Equity, Return on Assets, and Capital Adequacy Ratio. The findings indicate that the financial performance indicators of participation banks in Turkey are associated with inflation. This study aims to understand the impact of macroeconomic conditions on the financial performance of participation banks and to contribute to the strengthening of the banking sector and the growth of the national economy.

Keywords: Finance, Islamic Finance, Participation Banking, Financial Performance.

JEL Classification: G20, G21, E02

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(4) , 355-363 / DOI: 10.29106/fesa.1531022

* Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu MYO, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, hulyaer@ibu.edu.tr, Bolu – Türkiye, ORCID: 0000-0002-3715-2433

1. Giriş

Dünya genelinde olduğu gibi, Türkiye'de de katılım bankacılığı sistemi, yıllar içerisindeki gelişimiyle finansal sistemde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu bankacılık türü, geleneksel bankacılık sistemine alternatif olarak görülmekte olup, güvenilir ve uygulanabilir bir seçenek olarak değerlendirilmektedir (Khan ve Ijaz, 2014: 50). Katılım bankacılığı, faizsiz bir yapıya sahip olup, risk paylaşımına odaklanan, (Azmat vd., 2020: 2) tüm finansal işlemlerde belirsizlikten ve spekülasyondan uzak bir modeldir. Bu modelde, İslam hukuku prensiplerine dayanarak tüm finansal işlemlerini gerçek varlıklarla desteklemektedir (Zarrouk vd., 2016: 47).

Bankalar, çoğu finansal akışı kontrol ettikleri ve genellikle büyük finansal varlıklara sahip oldukları için finansal sistemde önemli bir rol oynayan kurumlardır (Naceur ve Omran, 2011). Ülke ekonomisinin büyümesi finansal aracılık etkinliğini etkileyebilmektedir (Istan ve Fahlevi, 2020: 143). Bu yüzden, finansal ürün ve hizmetlerin büyümesi için genel ekonomik istikrarın sağlanması gerekmektedir. Bu doğrultuda, ülkeler uygun makroekonomik politikalar benimsemeli, finans sektörü içinde rekabeti desteklemeli ve finansal faaliyetler için güçlü ve şeffaf bir kurumsal ve yasal çerçeve oluşturmalıdır (Naceur ve Omran, 2011).

Banka iflasları finansal krize yol açabilmektedir (Istan ve Fahlevi, 2020: 143). Katılım bankalarının, finansal krizlere direnç gösterebilmek adına güçlü bir sermaye yapısına sahip olmaları, aynı zamanda dalgalı makroekonomik koşullar altında mevduat sahiplerine güvence sunabilmeleri önemlidir. Yüksek öz sermaye düzeyleri, İslami bankaların ödeme gücü ve taahhütlerini yerine getirme kapasitelerini yansıtmaktadır (Zarrouk vd., 2016). Banka kârlılıkları, ülke ekonomisine katkı sağlayarak ekonominin olumsuz ve dış finansal şoklara karşı dayanıklı olmasını destekleyerek finansal sistemin istikrarına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, karlılığın belirleyicilerinin anlaşılması büyük önem taşımaktadır (Istan ve Fahlevi, 2020: 143).

Makroekonomik faktörler, ülke ekonomisinin istikrara kavuşmasında önemli bir rol oynamaktadır. İstikrarlı bir ekonomi, bankacılık ve finans kurumlarının karlılığa ulaşmasında önemli bir unsur değerlendirilmektedir (Istan ve Fahlevi, 2020: 138). Banka kredilerine olan talebin canlanması ve banka kârlılığının artması, daha yüksek GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) büyümesinin beklentisiyle birlikte öngörülmektedir (Hassan ve Bashir, 2003; Kosmidou vd., 2006). Enflasyon ise, bir ülkenin ekonomik istikrarını değerlendirmek için kullanılacak önemli makroekonomik faktörlerden birisidir. Enflasyondaki değişiklikler, ekonomik büyümenin dinamikleri üzerinde doğrudan etki yapabilmektedir (Istan ve Fahlevi, 2020: 138). Enflasyon, sadece şirketlerin fiyatlarını etkilemekle kalmaz; aynı zamanda banka müşterileri ve finansal kaynaklar üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Enflasyon, özellikle banka finansal performansıyla ilişkisini inceleyen çalışmalarda detaylı bir şekilde tartışılmaktadır (Ali vd., 2018). Enflasyonun banka kârlılığı üzerindeki etkisine ilişkin çalışmaların çoğu olumlu ve anlamlı bir ilişki bulmaktadır (Athanasoglou vd., 2006). Ekonomik büyüme, enflasyon ve banka kârlılığı arasındaki ilişkiyi göz önünde bulundurulduğunda, finansal kaynaklardaki artışın bankaların nakit hacmini etkileyerek, mevduat sahiplerine dağıtılan kâr payını azaltabileceği, ancak aynı zamanda ortakların kâr oranını artırarak hissedarların getirisini yükseltebileceği ve bankanın finansal performans düzeyini artırabileceği ifade edilmektedir (Sharif, 2023: 14).

Performans ölçümü, herhangi bir kuruluşun veya sektörün gelişimini, büyümesini ve uzun vadeli hedeflerini ölçmek için önemli bir araçtır. Bankaların finansal performanslarının ölçümü, mevduat sahipleri, paydaşlar ve yatırımcılar için operasyonlar, üretkenlik, istikrarlı verimlilik ve karlılık açısından değerlendirme sunmaktadır (Khan ve Ijaz, 2014: 50). Katılım bankalarının finansal göstergeleri ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişkinin anlaşılması, finansal istikrarın sağlanması ve ülke ekonomisinin büyümesi açısından önem arz etmektedir. Ancak, Türkiye'deki katılım bankalarının finansal performanslarının makroekonomik faktörlerle nasıl etkileşime girdiğine dair mevcut çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de katılım bankalarının finansal performans göstergeleri ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişkisini incelemektir. Bu kapsamda, enflasyon ve GSYİH makroekonomik faktörlerin katılım bankalarının finansal performansını nasıl etkilediği ve bu etkileşimlerin bankaların karlılığı, verimliliği ve genel finansal durumu üzerindeki etkileri ekonometrik yöntemlerle değerlendirilmektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda çalışma kapsamında, finans sektörünün istikrarına, ülke ekonomisinin büyümesine olan katkılarının yanı sıra, finans sektöründe yer alan yöneticilere ve literatüre katkılar sunulacağı düşünölmektedir. Çalışma, ilk olarak konuyla ilgili genel bilgileri ve literatürde yapılan çalışmalara yönelik bir incelemeyi içermektedir. Ardından çalışmada, kullanılan yöntemler ve kullanılan veriler detaylı bir şekilde tanıtılmaktadır. Son bölümde ise elde edilen bulgular özetlenerek, çalışmanın sonuçları ve ortaya çıkan önerilere yer verilmektedir.

2. Literatür Taraması

Katılım bankacılığının finansal performansını ölçmek, büyüme potansiyelini belirlemek, yatırımcılara ve paydaşlara güven sağlamak ve risk yönetim stratejilerini değerlendirmek, bankanın sürdürülebilirliği ve başarısı açısından önem arz etmektedir. Katılım bankalarının dönem içinde elde ettiği net dönem karı, bankaların sahip olduğu toplam varlıkları temsil eden aktif toplamı ve bankanın varlıklarının yükümlölüklerini karşılamak için

kullanılabilir kısmını temsil eden öz kaynaklar, finansal performanslarını değerlendirmek için önemli ölçütler olduğu bilinmektedir. Kârlılık oranları, bir işletmenin genel kârlılığını, öz kaynak ve yabancı kaynak kullanımının etkinliğini değerlendirmek için kullanılan önemli finansal oranlardır. En yaygın kullanılan kârlılık oranları arasında ROE (Öz Sermaye Karlılık Oranı) ve ROA (Aktif Karlılık Oranı) bulunmaktadır (<https://www.halkbankkobi.com.tr>). ROE, bir bankanın bilançosunda bulunan toplam öz sermaye miktarına oranla elde ettiği karı göstermektedir. Genellikle, bir bankanın öz sermaye karlılığı, kendi sektörüyle karşılaştırıldığında ne kadar yüksekse, o kadar olumlu bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Almazari, 2012: 87). ROA, bir bankanın toplam varlıklarına göre karlılığını gösteren bir göstergedir. Bu oran, banka yönetiminin varlıkları etkili bir şekilde kullanma derecesi hakkında bilgi vermektedir (Abduh ve Alias, 2014). Sermaye, banka iflaslarının ve mevduat sahiplerinin zararlarının azaltılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Almazari, 2013: 284). Sermaye Yeterlilik Oranı (SYO), bir bankanın iş geliştirme ve olası zararları karşılama yeteneğini değerlendiren önemli bir finansal göstergedir. Bu oran, bankanın kendi sermayesinin riskli varlıkları karşılayabilme kapasitesini ölçmektedir (Brastama ve Yadnya, 2020).

GSYİH ve enflasyon gibi makroekonomik faktörler, literatürde bankaların finansal performanslarını etkileyebilecek dış faktörler olarak incelenmektedir. GSYİH, belirli bir zaman diliminde bir ülkenin sınırları içerisinde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin parasal değerini ifade etmektedir. GSYİH'nin hesaplanması, özel ve kamu tüketimi, hükümet harcamaları, yatırımlar ve ihracatın ithalattan çıkarılması gibi bileşenleri içermektedir. Enflasyon, genel olarak mal ve hizmet fiyatlarının arttığı ve bu nedenle paranın satın alma gücünün düştüğü bir ekonomik durumu ifade etmektedir (Abduh ve Alias, 2014). Yapılan araştırmalarda, GSYİH ve enflasyon gibi makroekonomik faktörlerin bankaların finansal performanslarını etkilediği görülmektedir (Athanasoglou vd., 2008; Taşkın, 2011; Alper ve Anbar, 2011; Akbaş, 2012; Olalere vd., 2017; Er, 2023).

Literatürde katılım bankalarının finansal performanslarının makroekonomik faktörlerden etkilendiğiyle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; Bashir (2003) çalışmasında, Orta Doğu ülkelerindeki İslami bankaların 1993-1998 yılları arasındaki performans göstergelerini incelemiştir. Çalışma sonucunda, yüksek sermaye/varlık ve kredi/varlık oranlarının daha yüksek kârlılığa yol açtığı görülmüştür. Ayrıca, olumlu makroekonomik koşulların ise banka performans ölçümlerini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Izhar ve Asutay (2007) çalışmalarında, enflasyonun Endonezya'daki İslami bankaların karlılıklarını olumlu şekilde etkilediğini bulmuşlardır. Wasiuzzaman ve Tarmizi (2009) çalışmalarında, Malezya'da makroekonomik faktörlerde hem enflasyonun hem de GSYİH'nin İslami banka kârlılığını olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

Muda vd., (2013) çalışmalarında, Malezya'da yerli ve yabancı on yedi İslami bankanın karlılık belirleyicilerini karşılaştırmak için 2007-2010 yılları arasındaki üçer aylık veriler ile dengesiz panel veri analizi uygulamıştir. Çalışma sonucunda, kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasılanın yerli bankaların karlılığını belirlemede bir etkiye sahip olmadığı, yabancı bankaların karlılığı üzerinde ise bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Enflasyon oranının hem yerli hem de yabancı bankaların karlılığında önemli bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Al-Damir (2014) 2006-2012 yılları arasında Körfez İşbirliği Konseyi ülkelerinde faaliyet gösteren katılım bankalarını yönelik çalışmasında, GSYİH'nin İslami bankaların ROE ile olumlu ve anlamlı ilişkilere sahip olduğu görülmüştür. Enflasyonun, ROA banka karlılığı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak çalışma, makroekonomik faktörlerin bankanın kârlılığı üzerinde önemli etkileri olduğunu ortaya koyduğu değerlendirilmektedir.

Abduh ve Alias (2014) çalışmalarında, 2006-2010 yılları arasında Malezya'da İslami bankacılığın performansını belirleyen faktörleri bulmayı amaçlamışlardır. Analize dahil edilen on beş İslami bankanın karlılık faktörleri ile GSYİH ve enflasyon oranları ölçülmüştür. Çalışma sonucunda, enflasyonun ve GSYİH'nin ROA üzerinde etkisi olmadığı görülmüştür. GSYİH değişkeni ROE üzerinde etkisi olmadığı fakat enflasyonun olumsuz yönde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ülkedeki İslami finans sisteminin derinleşmesine destek olacak şekilde enflasyonu daha düşük bir seviyede tutmak hükümet açısından önemli olduğundan bankacıların bankanın kredi riskini yönetmesi gerektiği önerilmektedir.

Zarrouk vd. (2016) çalışmalarında, 1994-2012 yılları arasında MENA bölgesinde faaliyet gösteren 51 İslami bankanın karlılığını etkileyen makroekonomik faktörler incelenmiştir. Çalışma sonucunda, İslami bankalar yatırımın ve ekonomik büyümenin yüksek olduğunda daha iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, enflasyon oranının, İslami banka karlılığı ile olumsuz ilişkilili olduğu görülmüştür. Karakuş ve Küçük (2016) çalışmalarında, Türkiye'de faaliyet gösteren dört katılım bankasının 2010-2014 yılları arasında çeyreklik dönemlik verileri kullanılarak karlılığa etki eden makroekonomik faktörler incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, makroekonomik faktörlerin katılım bankalarının karlılıkları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Hamid vd. (2017) çalışmalarında, makroekonomik belirleyicilerin 2009-2015 yılları arasında, Endonezya'daki dokuz İslami bankanın karlılığı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışma sonucunda, banka büyüklüğünün, yeterli sermaye oranının ve ekonomik büyümenin bankanın kârlılığına olumlu katkı sağladığı görülmüştür. Ayrıca,

enflasyon ÷lkedeki İslami bankaların karlılığını olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulgular, bankaların kârlılıklarını artırmak için pazar paylarını artırmaları, yeterli sermaye oranını sürdürmeleri ve daha yüksek ulusal ekonomik büyüme seviyelerinde faaliyet göstermeleri gerektiğini öne sürmektedir. Ali vd. (2018) çalışmalarında, 2012-2016 yılları arasında makroekonomik faktörlerin Brunei'deki İslami bankaların karlılığı üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda, GSYİH oranı ve enflasyon oranının bankaların karlılıkları üzerinde olumlu bir etkisi olduğu gör÷lmüştür. İslami bankaların makroekonomik faktörlerin etkisini azaltmak amacıyla pazarlama stratejilerini yenilemeleri önerilmiştir.

Bakkeri ve Malik (2020) 2005-2018 yılları arasında Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da İslami bankaların karlılıkları üzerindeki faktörlerin etkisini inceleyen çalışmalarında, enflasyonun İslami bankaların karlılığı üzerinde etkisi olmadığı tespit edilmiştir. İstan ve Fahlevi (2020) çalışmalarında, 2013-2017 yılları arasında GSYİH' nin Endonezya'daki İslami bankaların ROA üzerinde olumlu etkisi olduğunu fakat enflasyonun ROA üzerinde bir etkisi olmadığı gör÷lmüştür. Yılmaz ve Özgür (2021) 2015-2019 yılları arasında katılım bankalarında kârlılığa etki eden faktörleri inceleyen çalışmalarında, net dönem karı değişkeninin GSMH büyüme oranı ve enflasyon üzerinde bir etkisi bulunmadığı belirlenmiştir.

Rehman ve Rashid (2022) çalışmalarında, Pakistan'da 2007–2019 yılları arasında, enflasyon riskinin İslami bankaların büyüme, kârlılık ve istikrar üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun, İslami bankaların enflasyondan büyük ölçüde etkilenen gayrimenkul işlemlerine daha fazla dahil olmaları olabileceği ifade edilmiştir. Sharif (2023) çalışmasında, Ürdün'de faaliyet gösteren İslami bankaların 2007-2021 yılları arasında makroekonomik faktörlerin İslami bankaların performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda, makroekonomik faktörlerin (ekonomik büyüme, kamu borç artışı, enflasyon, doğrudan yabancı yatırım ve ödemeler dengesi) İslami bankalarının performansı (varlık getirisi veya özsermaye getirisi veya özsermaye getirisi) üzerinde etkisi olduğu gör÷lmektedir.

Literatürde, mevduat bankalarının finansal performans değişkenleri ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların geniş bir yer kapladığını göstermektedir. Ancak ilgili yıllar arasında katılım bankalarının finansal performans değişkenleri ile makroekonomik faktör arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın katılım bankacılığı alanına ve literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşün÷lmektedir.

3. Metodoloji

Çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının finansal performans göstergeleri ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişki incelenmektedir. Bankacılık sektöründe yaygın olarak kullanılan ve katılım bankalarının internet sayfalarında yer alan yıllık faaliyet raporlarından alınan Net Dönem Kâr, Aktif Toplamı, Öz Kaynaklar, SYO, ROA ve ROE göstergeleri değişken olarak seçilmiştir. Bu değişkenlerin seçilmesinin en önemli nedeni bankaların finansal durumlarında etkili bir karşılaştırmaya imkân vermesidir. Ayrıca, Dünya Bankası tarafından sağlanan ve makroekonomik düzeyde önemli göstergeler olarak kabul edilen GSYİH ve enflasyon verileri de çalışmada değişkenler kısmında yer almaktadır. Bu değişkenler, katılım bankalarının finansal göstergeleri ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişkileri anlamak açısından önem arz etmektedir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, veriler 2008-2022 yılları arasını kapsamaktadır. Çalışma, bankacılık sektöründeki katılım bankaları arasında özellikle Kuveyt Türk, Albaraka Türk ve Türkiye Finans Katılım Bankası ile sınırlandırılmaktadır. Diğer katılım bankalarının mevcut veri setlerinin sınırlı olması nedeniyle çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Araştırmada, katılım bankalarının performans göstergeleri ile makroekonomik faktörler arasındaki fark analizi Kruskal-Wallis Testi, bu göstergelerin farklı gruplar arasında ortalamalarının karşılaştırılması ise Tek Yönlü ANOVA ile incelenmiştir. Araştırma verilerinin normal dağılım göstermemesi nedeniyle, katılım bankalarının performans göstergeleri ile GSYİH ve enflasyon arasındaki ilişki Spearman's rho ve yıl kontrollü kısmi korelasyon analizi ile test edilmiştir. Araştırmada, bankaların performans göstergeleri olan SYO, ROA ve ROE arasındaki anlamlı ilişkiyi incelemek için modeller oluşturulmuştur. Bu modellerin analizi için Genelleştirilmiş Lineer Model (Logit) tercih edilmiştir.

4. Araştırma Bulguları

Katılım bankalarının 2008-2022 yılları arasındaki finansal performans göstergeleri ve fark analizi sonuçları Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılım Bankalarının Finansal Performans Göstergeleri ve Fark Analizi Sonuçları

	Albaraka Türk		Kuveyt Türk		Türkiye Finans		P değeri
	Ortalama	Standard Sapma	Ortalama	Standard Sapma	Ortalama	Standard Sapma	
Net Dönem Kâr	260.080	313.412	1.539.507	3.517.316	531.510	686.106	0.008 ^a
Aktif Toplamı	39.968.713	40.569.338	82.212.434	107.080.643	45.465.530	41.657.837	0.527 ^a
Öz Kaynaklar	2.563.375	1.995.070	5.501.930	7.019.619	3.758.281	2.604.646	0.222 ^a
SYO	14,73	1,45	17,71	3,78	16,19	2,42	0.025 ^a
ROA	1,05	,73	1,42	,69	1,13	,51	0.269 ^b
ROE	11,90	5,96	17,52	9,46	12,81	4,60	0.097 ^a
Bağımsız değişkenler							
GSYİH	4,89	4,30					
INF	14.617	16.423					

a. Kruskal Wallis Test, b. Tek Yönlü ANOVA

Tablo 1’de, katılım bankalarının net dönem karı, aktif toplamı, öz kaynaklar, SYO, ROA ve ROE değerleri açısından 2008-2022 yılları arası dönemde, Kuveyt Türk Katılım Bankası en yüksek ortalamaya sahip olup, bunu sırasıyla Türkiye Finans Katılım Bankası ve Albaraka Türk Katılım Bankası izlemektedir. Fark analizi sonuçlarına göre bankalar arasında net dönem karı ve SYO farkları istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.05$). Aktif toplamı, öz kaynaklar, ROA ve ROE değerlerinin bankalar arasındaki farkları istatistiksel olarak anlamlı olmayıp ($p > 0.05$), üç banka için de birbirine benzer değerler aldığı görülmektedir.

Tablo 2’de Katılım bankalarının finansal performans göstergeleri ile enflasyon ve GSYİH arasındaki ilişki sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 2. Korelasyon (Spearman’s Rho) Analizi Sonuçları

	GSYİH	INF
Net Dönem Kâr	0.136	0.450**
Aktif Toplamı	0.099	0.735**
Öz kaynaklar	0.090	0.722**
SYO	-0.136	0.474**
ROA	-0.072	-0.344**
ROE	-0.010	0.068

** $p < 0.01$

Tablo 2’deki analizi sonuçlarına göre GSYİH ile tüm araştırma göstergeleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($p > 0.05$) gözlemlenirken, enflasyon ile net dönem karı, aktif toplamı, özkaynaklar, SYO ve ROA arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir ($p < 0.01$).

Tablo 3’te Katılım bankaların finansal performans göstergeleri ile enflasyon ve GSYİH arasındaki yıl kontrollü ilişki sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3. Korelasyon (Yıl Kontrollü Kısmi) Analizi Sonuçları

	GSYİH	INF
Net Dönem Kâr	-0.043	0.615**
Aktif Toplamı	0.046	0.576**
Özkaynaklar	-0.028	0.642**
SYO	-0.118	0.410**
ROA	-0.103	0.658**
ROE	0.034	0.676**

**p<0.01

Tablo 3'te, GSYİH ile tüm araştırma göstergeleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı (p>0.05) gözlemlenirken, enflasyon ile net dönem karı, aktif toplamı, özkaynaklar, SYO, ROA ve ROE arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir (p<0.01).

Araştırma değişkenlerinden finansal performans göstergeleri olan ve enflasyon ile arasındaki ilişki anlamlı çıkan SYO, ROA ve ROE için aşağıdaki modeller kurulmuştur:

$$\ln SYO = \beta_0 + \beta_1 * \ln(\text{Enflasyon}) \quad (1)$$

$$\ln ROA = \beta_0 + \beta_1 * \ln(\text{Enflasyon}) \quad (2)$$

$$\ln ROE = \beta_0 + \beta_1 * \ln(\text{Enflasyon}) \quad (3)$$

Tablo 4'te araştırma modellerine yönelik yapılan Genelleştirilmiş Lineer Model (Logit) analizi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 4. Genelleştirilmiş Lineer Model (Logit) Analizi Sonuçları

Parametreler	B	Std. Hata	95% Wald Güven Aralığı		Hipotez Testi		
			En küçük	En büyük	Wald X ²	df	p
SYO							
(Kesişim)	-224,497	202,3324	-621,062	172,067	1,231	1	,267
Yıl	,119	,1005	-,078	,316	1,398	1	,237
Enflasyon	8,260E-5	2,7374E-5	2,895E-5	,000	9,105	1	,003
(Ölçüm)	5,646	1,1903	3,735	8,535			
ROA							
(Kesişim)	241,355	39,0488	164,820	317,889	38,203	1	,000
Yıl	-,119	,0194	-,157	-,081	37,880	1	,000
Enflasyon	3,098E-5	5,2831E-6	2,062E-5	4,133E-5	34,385	1	,000
(Ölçüm)	,210	,0443	,139	,318			
ROE							
(Kesişim)	1407,094	449,8706	525,364	2288,824	9,783	1	,002
Yıl	-,694	,2235	-1,132	-,256	9,642	1	,002
Enflasyon	37,4E-5	6,0865E-5	,000	,000	37,839	1	,000
(Ölçüm)	27,912	5,8843	18,464	42,192			

E-5= 10⁻⁵

Tablo 4’te görüldüğü üzere, her üç modelde de, GLM analizi sonuçları enflasyonun üç göstergeye etkisinin olduğunu göstermektedir ($p<0.01$). Buna göre ilgili modeller aşağıdaki gibidir:

$$\text{LnSYO} = -224,497 + 8,260E-5 * (\text{Enflasyon}) \quad (1)$$

$$\text{LnROA} = 241,355 + 3,098E-5 * (\text{Enflasyon}) \quad (2)$$

$$\text{LnROE} = 1407,094 + 37,4E-5 * (\text{Enflasyon}) \quad (3)$$

Yukarıdaki modeller incelendiğinde, regresyon katsayılarına göre enflasyona en fazla duyarlı olan gösterge ROE olup, bunu sırasıyla ROA ve SYO izlemektedir.

5. Sonuç

Finansal performans ölçümü, mevduat sahipleri, paydaşlar ve yatırımcılar için üretkenlik, istikrarlı olma, verimlilik ve karlılık gibi finansal kriterleri değerlendirme aracı olarak kullanılmaktadır. Makroekonomik faktörlerdeki değişikliklerin, katılım bankalarının finansal performanslarını etkileyebileceği göz önüne alındığında, bu bankaların rekabet ortamında karlılıklarını artırmak, sermayelerini korumak ve geliştirmek amacıyla, değişen ekonomik koşulları dikkate alarak çeşitli stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Türkiye’de katılım bankalarının finansal performans göstergeleri ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışma, katılım bankalarının finans sektöründeki istikrar ve ülke ekonomisinin büyümesine yönelik stratejik karar alıcılar ve araştırmacılara önemli bir perspektif sunacağı değerlendirilmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, 2008-2022 yılları arasında katılım bankalarının net dönem karı, aktif toplamı, öz kaynaklar, SYO, ROA ve ROE değerleri Kuveyt Türk için en yüksek ortalamaya sahip olup, bunu sırasıyla Türkiye Finans ve Albaraka Türk izlemektedir. Bu sonuç, Kuveyt Türk’ün diğer katılım bankalarına göre daha güçlü bir finansal performansla sahip olduğu değerlendirilmektedir. Fark analizi sonuçlarına göre, bankalar arasında net dönem karı ve SYO farkları istatistiksel olarak anlamlı olduğu fakat aktif toplamı, öz kaynaklar, ROA ve ROE değerlerinin bankalar arasındaki farkları istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, finansal göstergeler açısından üç bankanın net dönem karı ve SYO performanslarındaki farklılıkları ortaya koymaktadır. Diğer finansal göstergeler ise üç banka arasında benzer bir performans sergilediği görülmüştür. Bu durum, söz konusu katılım bankalarının belirli alanlarda farklı güçlü ve zayıf yönleri olabileceğini göstermektedir. Rekabet ortamında bankaların bu göstergelerin avantajları ve dezavantajları açısından dikkate almaları önemlidir.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre, katılım bankalarının finansal performans göstergeleri ile GSYİH arasında bir ilişki olmadığı görülmüştür. Ancak, enflasyon ile net dönem karı, aktif toplamı, öz kaynaklar, SYO ve ROA arasında bir ilişki tespit edilmiştir. Literatür, enflasyonun katılım bankalarının karlılığı üzerindeki etkisinin değişken olduğunu göstermektedir. Örneğin, Izhar ve Asutay (2007), Wasiuzzaman ve Tarmizi (2009) ve Al-Damir (2014) gibi çalışmalar, enflasyonun ROA üzerinde olumlu etkisi olduğunu belirtirken, Zarrouk vd. (2016) bu ilişkinin olumsuz olduğunu, Bakkeri ve Malik (2020) ile Istan ve Fahlevi (2020) ise etkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Bu farklılıklar, veri seti, bölgesel farklılıklar, ekonomik koşullar ve metodolojiler gibi faktörlerden kaynaklanabileceği değerlendirilmektedir. Enflasyon oranları arttıında genellikle faiz oranları da artabilmektedir. Ancak, katılım bankaları faizsiz bankacılık prensiplerine dayandıkları için, faiz oranlarındaki değişimlerden doğrudan yararlanamazlar. Bu durum, faiz oranlarındaki artışların veya azalışların bankanın karlılığı üzerinde etkili olmasını sınırlayabilir. Ayrıca, enflasyonun işletme maliyetlerini artırması, kâr marjlarını daraltarak bankaların finansal performansını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu sonuçlar, enflasyonun belirli finansal göstergeler arasında ilişkili olduğu ve bu durum katılım bankalarının finansal performanslarını yönetirken ekonomik koşulları dikkate alarak bu değişkenlere karşı stratejiler geliştirmeleri gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Regresyon analizi sonuçlarına göre, enflasyon değişkeninin katılım bankalarının SYO, ROA ve ROE değişkenleri üzerinde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar literatürde yapılan çalışmalarla (Izhar ve Asutay, 2007; Wasiuzzaman ve Tarmizi, 2009; Al-Damir, 2014; Rehman ve Rashid, 2022; Sharif, 2023) örtüşmektedir. Regresyon katsayılarına göre enflasyona en fazla duyarlı olan göstergenin ROE olduğu görülmektedir. Bu durum, enflasyonun öz sermaye getiri oranları üzerindeki etkisinin diğer finansal göstergelerden daha güçlü olduğu değerlendirilmektedir.

Enflasyonun yükselmesiyle birlikte, katılım bankalarının sermaye yapılarında gözlenen olumlu eğilim, finansal istikrar ve performans açısından olumlu bir etki olabilir. Artan enflasyon, müşterilerin likidite taleplerini artırabilir, bu da katılım bankalarının sermaye yapılarını güçlendirebilir ve nominal karlılık oranlarının artırabilir. Ancak, katılım bankalarının reel karlılıklarını enflasyon etkisi göz önünde bulundurularak daha dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi gerekebilmektedir. Enflasyon, genellikle reel varlıklara olan talebi artırdığı için, faizsiz finans prensiplerine dayalı olarak çalışan katılım bankaları, reel varlıklara yönelik talep artışından etkilenebileceği değerlendirilmektedir. Enflasyonun artmasıyla birlikte, geleneksel bankaların faiz getirisi düşebilir ve bu durum

katılım bankalarının enflasyonun olumsuz etkilerine karşı alternatif olabileceği ve bireyler ile kurumlara faizsiz finansman fırsatları sunabileceği değerlendirilmektedir.

Katılım bankalarının yöneticileri, enflasyonun etkilerine uyum sağlamak ve finansal performanslarını en üst düzeye çıkarmak için reel varlık yönetimi, risk yönetimi gibi faktörleri dikkate almaları önerilmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, enflasyonun katılım bankalarının finansal performansına olan etkilerini değerlendirebilmek için, katılım bankalarının finansal performans göstergeleri ile makroekonomik faktörlerin çeşitlendirilmesi, ilgili tarih aralıklarının genişletilmesi ve ülkeler arası kıyaslama yapılması önerilmektedir. Çalışma, üç katılım bankasını kapsamakta ve 2008-2022 yılları arasındaki verilerle sınırlıdır.

Literatürde, mevduat bankalarının finansal performansı ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaların yaygın olduğu, ancak katılım bankalarının finansal performansını ve makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın katılım bankacılığı alanına ve literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

Kaynakça

Abduh, M., & Alias, A. (2014). Factors Determine Islamic Banking Performance in Malaysia: A Multiple Regression Approach. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 31(1), 44–54.

Akbaş, H. E. (2012). Determinants of Bank Profitability : an Investigation on Turkish Banking Sector. *Öneri Dergisi*, 10(37), 103–110. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/165700>

Al-Damir, N. A. S. (2014). Factors Affecting the Profitability of Islamic Banks in GCC Countries [Master of Science]. In *Journal of Multidisciplinary Studies*. Universiti Utara Malaysia.

Ali, Q., Maamor, S., Yaacob, H., & Tariq Gill, M. U. (2018). Impact of Macroeconomic Variables on Islamic Banks Profitability. *International Journal of Business Ethics and Governance*, 1(2), 20–35. <https://doi.org/10.51325/ijbeg.v1i2.14>

Almazari, A. A. (2012). Financial Performance Analysis of the Jordanian Arab Bank by Using the DuPont System of Financial Analysis. *International Journal of Economics and Finance*, 4(4), 86–94. <https://doi.org/10.5539/ijef.v4n4p86>

Almazari, A. A. (2013). Capital Adequacy, Cost Income Ratio and the Performance of Saudi Banks (2007-2011). *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(4), 284–293. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i10/6471>

Alper, D., & Anbar, A. (2011). Bank Specific and Macroeconomic Determinants of Commercial Bank Profitability: Empirical Evidence from Turkey. *Business and Economics Research Journal*, 2(2), 139–152.

Athanasoglou, P. P., Brissimis, S. N., & Delis, M. D. (2008). Bank-specific, industry-specific and macroeconomic determinants of bank profitability. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 18, 121–136. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2006.07.001>

Athanasoglou, P. P., Delis, M., & Staikouras, C. (2006). Determinants of Bank Profitability in the South Eastern European Region. In *SSRN Electronic Journal (Issue 47)*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4163741>

Azmat, S., Azad, A. S. M. S., Ghaffar, H., Hayat, A., & Chazi, A. (2020). Conventional vs Islamic banking and macroeconomic risk: Impact on asset price bubbles. *Pacific Basin Finance Journal*, 62(101351), 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2020.101351>

Bakkeri, A., & Malik, A. Ben. (2020). Profitability of Islamic Banks: a Panel Data Analysis. *Indian Journal of Finance and Banking*, 4(3), 26–38. <https://doi.org/10.46281/ijfb.v4i3.811>

Bashir, A. M. (2003). Determinants of Profitability in Islamic Banks: Some Evidence from the Middle East. *Islamic Economic Studies*, 11(1), 31–57.

Brastama, R. F., & Yadnya, I. P. (2020). The Effect of Capital Adequacy Ratio and Non Performing Loan on Banking Stock Prices with Profitability as Intervening Variable. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(12), 43–49. www.ajhssr.com

Er, H. (2023). BIST-100 endeksinde işlemlenme mevduat bankalarının finansal performanslarının incelenmesi. *R&S- Research Studies Anatolia Journal*, 6(4), 680–699.

Hamid, A., Majid, M. S. Abd., & Khairunnisah, L. (2017). An Empirical Re-Examination of the Islamic Banking Performance in Indonesia. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 6(2), 219–232. <https://doi.org/10.6007/ijarems/v6-i2/3022>

Hassan, M. K., & Bashir, A.-H. M. (2003). Determinants of Islamic Banking Profitability. In 10th ERF Annual Conference, 2–31.

Istan, M., & Fahlevi, M. (2020). The Effect of External and Internal Factors on Financial Performance of Islamic Banking. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 21(1), 137–145. <https://doi.org/10.18196/jesp.21.1.5036>

Izhar, H., & Asutay, M. (2007). Estimating the Profitability of Islamic Banking: Evidence from Bank Muamalat Indonesia. *Review of Islamic Economics*, 11(2), 17–29.

Karakuř, R., & Kùçük, ř. Y. (2016). Katılım Bankalarında Karlılığın Belirleyicileri: Türkiye Örneđi İin Bir Panel Veri Analizi. *Niđe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakùltesi Dergisi*, 9(2), 119–133. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/niguiibfd/issue/19762/211612>

Khan, M. M. S., & Ijaz, F. (2014). Islamic Banking in Pakistan: Challenges and Opportunities A Performance Based Analysis. *Islamic Banking and Finance Review*, 1(1), 49–70.

Kosmidou K, Pasiouras, F., Doumpos, M., & Zopounidis, C. (2006). Assessing Performance Factors in the UK Banking Sector: A Multicriteria Methodology. *Central European Journal of Operations Research*, 14(1), 25–44.

Muda, M., Shaharuddin, A., & Embaya, A. (2013). Comparative Analysis of Profitability Determinants of Domestic and Foreign Islamic Banks in Malaysia. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3(3), 559–569.

Naceur, S. Ben, & Omran, M. (2011). The effects of bank regulations, competition, and financial reforms on banks' performance. *Emerging Markets Review*, 12, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2010.08.002>

Olalere, O. E., Bin Omar, W. A., & Kamil, S. (2017). Bank Specific and Macroeconomic Determinants of Commercial Bank Profitability: Empirical Evidence from Nigeria. *Journal of Finance & Banking Studies* 6(1), 6(1), 25–38. <https://doi.org/10.20525/ijfbs.v6i1.627>

Rehman, J. ur, & Rashid, A. (2022). Impacts of Bank-Specific and Macroeconomic Risks on Growth and Stability of Islamic and Conventional Banks: An Empirical Analysis from Pakistan. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(2), 1–14. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no2.0001>

Sharif, B. M. M. Al. (2023). The Impact of Macroeconomic Variables on the Performance of Islamic Banks: An Empirical Study. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 1–16.

Taşkın, F. D. (2011). Türkiye'de Ticari Bankaların Performansını Etkileyen Faktörler. *Ege Akademik Bakış*, 11(2), 289–298. <https://doi.org/10.21121/eab.2011219572>

Wasiuzzaman, S., & Tarmizi, H.-A. B. A. (2009). Profitability of Islamic Banks in Malaysia : An Empirical Analysis. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 6(4), 54–68.

Yılmaz, C., & Özgür, E. (2021). Katılım Bankalarında Kârlılığa Etki Eden Faktörlerin Tespiti İçin Panel Veri Analizi Uygulaması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 92, 1–20. <https://doi.org/10.25095/mufad.944461>

Zarrouk, H., Ben Jedidia, K., & Moualhi, M. (2016). Is Islamic bank profitability driven by same forces as conventional banks? *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 9(1), 46–66. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-12-2014-0120>

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://www.halkbankkobi.com.tr/tr/uzmanina-danisin/makaleler/finansal- yonetim/isletme-karlilik-nasil-analiz-edilir.html>, Erişim Tarihi: 30.01.2024

<https://databank.worldbank.org>, Erişim Tarihi: 02.07.2023

<https://www.kuveytturk.com.tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/yillik-ve-ara-donem-faaliyet-raporlari>, Erişim Tarihi: 10.06.2023

<https://www.albaraka.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari>. Erişim Tarihi: 10.06.2023

<https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/finansal-raporlar/Sayfalar/faaliyet-raporlari.aspx>, Erişim Tarihi: 10.06.2023

FİNANS SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKA, MAKİNE ÖĞRENMESİ ve BÜYÜK VERİ KULLANIMI: Fırsatlar, Zorluklar ve Politika Yapıcılar için Çıkarımlar¹

USE of ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MACHINE LEARNING and BIG DATA in the FINANCIAL SECTOR: Opportunities, Challenges and Implications for Policymakers

Sinan Şahin *

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 03.09.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024*

Öz

Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesi teknolojilerinin finans sektöründeki kullanımları hızla yaygınlaşmaktadır. Sektörün mali aracılık fonksiyonunu yerine getirirken ürettiği büyük miktardaki veri söz konusu teknolojiler için elverişli bir çalışma ortamı da sağlamaktadır. Bu teknolojilerle desteklenen modeller bir yandan finansal kurumların ve piyasaların faaliyetlerinin etkinliğini ve verimliliğini artırıp, finansal tüketicilere daha kaliteli ürün ve hizmetler sunulmasına imkân verirken, diğer yandan ayrımcı, önyargılı, adaletsiz, manipülatif davranma, kararların arkasındaki nedenselliği açıklayamama, sürü davranışı yoluyla finansal piyasalarda tek yönlü harekete, döngüsellğe ve sistemik risklere yol açma gibi sebeplerle eleştirilmektedir. Çalışmamızda, dünyadaki uygulamalar da göz önünde bulundurularak sağlam ve güvenilir Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesi destekli modellerin finans sektöründe kullanımını sağlayacak politika ve düzenlemeler ele alınmış, düzenleme arbitrajını önleyecek şekilde uluslararası iş birliğinin geliştirilmesinin ve düzenlemelerle teknolojik yenilikler arasında kurulması gereken dengenin önemine vurgu yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Kurumlar, Finansal Hizmetler, Yapay Zekâ.

JEL Sınıflandırması: G18, G21, G28,

Abstract

The use of Artificial Intelligence and Machine Learning technologies in the financial sector is rapidly expanding. While on the one hand, models supported by these technologies increase the effectiveness and efficiency of the activities of financial institutions and markets and provide better quality products and services to financial consumers, on the other hand, they are criticised for discriminatory, biased, unfair, manipulative behaviour, inability to explain the causality behind decisions, one-way movement in financial markets through herd behaviour, procyclicality and systemic risks. In our study, policies and regulations that will ensure the use of robust and reliable Artificial Intelligence and Machine Learning-supported models in the financial sector are discussed, taking into account global practices, and the importance of developing international cooperation to prevent regulatory arbitrage and the balance between regulations and technological innovations is emphasised.

Keywords: Financial Institutions, Financial Services, Artificial Intelligence.

JEL Classification: G18, G21, G28,

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(4) , 364-381 / DOI: 10.29106/ fesa.1542860

*Dr., Fenerbahçe Üniversitesi, Uluslararası Finans ve Bankacılık Böl., Misafir Öğretim Elemanı
sinansahinphd@gmail.com , İstanbul-Türkiye, ORCID: 0009-0002-3422-7206

1. Giriş

Bilgisayar donanımı, kapasitesi ve veri depolama alanlarındaki teknolojik gelişmeler bir yandan verilerin toplanmasına ve analiz edilmesine yönelik olanakları genişletmekte, diğer yandan da finans sektöründe yapay zekâ (YZ) ve makine öğrenmesi (MÖ) teknolojilerinin kullanılmasını teşvik etmektedir.

YZ'nın finans alanında kullanımının verimliliği artırarak, sunulan hizmet ve ürünlerin kalitesini yükselterek finansal kurumlara rekabet avantajları sağlaması beklenmektedir. Kaliteli ve kişiselleştirilmiş ürünlerden, yatırım stratejileri hakkında tutarlı tavsiyelerden ve artan finansal katılım imkanlarından finansal tüketiciler de yararlanmaktadır.

YZ'nın finans sektöründeki kullanımının olumlu sonuçlarının yanı sıra olumsuz ve risk oluşturan tarafları da bulunmaktadır. YZ uygulamaları yeni finansal ve finansal olmayan riskler yaratıp, mevcut riskleri artırabilmektedir. Finansal tüketicilerin ve yatırımcıların haklarının korunması ağıısından önyargılı, taraflı, haksız ve ayrımcı kararlara, adil olmayan veri yönetim ve kullanımlarına yol açabilmektedir.

YZ'nın finans sektöründe üretken, verimli ve adil kullanımını desteklemek için YZ tekniklerinin uygulanmasından kaynaklanabilecek potansiyel risklerin belirlenmesi, bunların ortaya çıkmasının engellenmesi, ıkısa da etkilerinin azaltılması ve sistemik risk yaratma kapasitelerinin kısıtlanması için konunun düzenleme boyutunun ele alınması gerekmektedir.

Çalışmada YZ teknolojilerinin finans sektöründeki uygulama alanlarının, etkilerinin, sağladığı faydaların ve getirebileceği risklerin dünyadaki örnekler ışığında ortaya konulması, finansal tüketicileri koruyan, finansal istikrarı, piyasa bütünlüğünü ve rekabeti teşvik eden, YZ yeniliklerini destekleyen politika uygulamaları konusunda öneriler sunulurak finans yazınına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Genel olarak dünyada finansal yenilikler yasal ve idari düzenlemelerin önünden gitmekte, bu durum da piyasalarda çeşitli sorunlara yol açmaktadır. Türev ürünlerle ilgili düzenlemelerin, yenilikleri çok geriden takip etmesinin 2007 Küresel Finans Krizi'nin ortaya çıkmasında hatırı sayılır bir etkisinin bulunduğu genel kabul görmektedir. Çalışmanın YZ alanındaki gelişmelerin finans sektörü üzerindeki olası etkilerine dikkat çekip, düzenleyici politikaların hayata geçirilmesi konusunda farkındalık yaratmaya yönelik bir işlev görmesi de arzu edilmektedir.

Makalede önce YZ, MÖ, büyük veri (BV) ve benzeri kavramlar incelenecektir. Daha sonra son yıllarda giderek daha fazla ilgi odağı haline gelen YZ'nın finans sektöründeki kullanımını, fayda ve sakıncalarını, konu hakkındaki politika ve düzenlemeleri değerlendiren akademik çalışmalar ele alınacaktır. YZ ve MÖ'nin finans sektöründeki güncel kullanım alanları ve yaratabileceği sorunların değerlendirilmesini takiben geleceğe yönelik politika önerileri ortaya konacaktır.

Geçmişi makinelerin insanlarınkine benzer zihinsel yetenekleri işleme olasılığının bulunup bulunmadığının düşünölmeye başlandığı 1950'lere kadar uzanan "Yapay Zekâ" (YZ) kavramının çeşitli tanımları yapılmıştır: Bir alışmada YZ, karmaşık donanım ve yazılımları ayrıntılı veri tabanları ve bilgi işleme modelleri ile birleştirerek insan gibi karar verebilen sistemler olarak tanımlanmıştır (Shubhendu ve Vijaj, 2013, s. 28). Bir başka tanıma göre YZ, geleneksel olarak insan becerisi ile gerçekleştirilen görevlerin yerine getirilmesinde bilgi işlem araçlarının kullanılmasıdır. Finansal İstikrar Kurulu ise YZ'yı, geleneksel olarak insan zekâsı gerektiren görevleri yerine getirebilen bilgisayar sistemlerinin teorisi ve geliştirilmesi olarak tanımlamıştır (Financial Stability Board, 2017, s. 3-4).

YZ ile birlikte değerlendirilmesi gereken bir diğer kavram "Büyük Veri" dir (BV). BV; hacim, hız, çeşitlilik ve/veya değeriklik gibi özellikler sergileyen ve depolamak, yönetmek ve analiz etmek için "ölçeklenebilir mimari" gerektiren geniş çaplı veri kümeleridir. Terim, YZ da dahil olmak üzere çeşitli teknikler kullanılarak büyük ve/veya karmaşık veri kümelerinin depolanmasını ve analizini tanımlamak için de kullanılmaktadır. Dolayısı ile BV hem bir bilgi türünü hem de bu bilginin nasıl kullanıldığını ifade etmektedir (Tierno, 2024, s. 3).

YZ'daki bir sonraki ilerleme dalgası, yapay zekânın bir alt alanı olan Makine Öğrenmesi (MÖ) ile gelmiştir. MÖ özel algoritmalar sayesinde bilgi işlem kaynaklarına, veri ve deneyimlerden hareketle öğrenme yeteneği verilmesidir. MÖ süreci, kurallara dayalı süreçlerin (rule-based process) aksine, belirli veri kümeleriyle hangi sonuçların nasıl elde edileceğini saptayan bir programcı insan müdahalesini içermemektedir. MÖ teknikleri, giderek daha çeşitli kaynaklardan gelen büyük miktarda veride, büyük veri analitiği yoluyla örüntüler bulmak ve bunları karar alma süreçlerinde değerlendirmek için kullanılmaktadır (Aldasoro, Gambacorta, v.d., 2024, s. 5; BaFin, 2021, s. 3).

YZ alanında MÖ'nin ardından geline bir diğer aşama Üretken Yapay Zekâ (ÜYZ-Generative AI/GenAI) olmuştur. Makine öğreniminin bir alt kümesi olan, yapay sinir ağları olarak adlandırılan, beynin yapısı ve işlevinden esinlenen algoritmaları kullanan bir yöntemi ifade eden derin öğrenme döneminin başlaması ve YZ modellerini eğiten bilgi-işlem gücünün hızla artması, veri üretebilen yeni nesil ÜYZ sistemlerinin ortaya çıkmasını

sağlamıştır. ÜYZ modelleri, kullanıcılardan aldıkları geri bildirimler de dahil olmak üzere, üzerinde eğitildikleri büyük miktarda yapılandırılmamış veri kümesini işleyebilmekte, bunları kullanarak öğrenebilmekte, eğitim verilerine dayanarak yönergelere yanıt olarak yeni içerikler oluşturabilmektedir. En önemli ÜYZ türü, insan dilini işleme, üretme ve metin oluşturma konusunda uzmanlaşmış ChatGPT benzeri Büyük Dil Modelleridir (BDM) (Large Language Models -LLMs). ÜYZ insan diline ilaveten görsel çıktıların (örn. Sunthesia), sesin (örn. Speechify), görüntülerin (örn. DALL-E), kodların (örn. GitHub Copilot) ve diğer içerik üretim türlerinin oluşturulmasında da kullanılmaktadır (OECD, 2023, s. 8).

YZ laboratuvarlarının son zamanlarda üzerinde çalıştığı yeni hedef YZ Ajanlarıdır (AI Agents). YZ Ajanları GPT-4 veya Claude 3 gibi gelişmiş BDM üzerine inşa edilen ve planlama, bilgisayar kodu yazma, interneti kullanma veya piyasa işlemleri gerçekleştirme gibi yetenekleri olan, harici araçlara erişim ile donatılmış YZ sistemleridir. Yeni nesil YZ Ajanlarını farklı kılan özellik, son teknoloji BDM'nin zekâ ve planlama yeteneklerine sahip olmalarıdır. Örneğin, verileri otonom olarak analiz edebilir, diğer ajanları oluşturmak için kod yazabilir, bunları deneyebilir, uygun gördükleri şekilde güncelleyebilirler (Aldasoro, Gambacorta, v.d., 2024, s. 7-8).

Sonuç olarak YZ sistemlerini, insan tarafından tanımlanan belirli bir dizi hedefe ulaşmak için, büyük veri olarak adlandırılan yüksek miktarda veri kaynağını ve veri analitiğini kullanarak, yakın zamana kadar insan zekasıyla gerçekleştirilen tahminlerde bulunma, öneriler yapma veya kararlar alma yeteneğine ve değişen özerklik seviyelerine sahip olan, veri setlerini kullanarak öğrenebilen ve kendi kendilerini geliştiren makine tabanlı sistemler olarak tanımlamak mümkündür (OECD, 2021a, s. 15).

2. Yazın Taraması

YZ ve MÖ'nin finans sektöründe kullanılmaya başlanması ve kullanım alanlarının zaman içerisinde çeşitlenmesi ile birlikte, konuya olan akademik ilgi artmış ve kapsam da genişlemiştir. Başlangıçta YZ'nın ve MÖ'nin finans sektöründe kullanım olanaklarını inceleyen çalışmalara ağırlık verilmiştir. Kredi skorlamasından, doğrudan müşteri iletişimine, fiyatlamadan arka ofis işlemlerine kadar çok çeşitli alanlarda YZ'nın kullanım alanı bulması ve somut etkilerinin gözlenmesi ile birlikte akademik çalışmalar YZ ve MÖ'nin muhtemel yan etkilerine, teknoloji-nötr düzenlemelerde günün gereklerine göre güncelleme ihtiyaçlarına doğru evrilmiştir.

Zetzsche v.d. (2020) YZ'nın finans alanındaki hızlı gelişimini, kullanım alanlarını incelemiştir. Finans sektöründe YZ'nın kullanımındaki artış sonucunda ortaya çıkabilecek potansiyel sorunların çeşitliliğini, finansal hizmetler bağlamında YZ düzenlemelerinin zorluklarını, sorunların çözümünde kullanılabilir araçları ele alıp, YZ ile yürütülen süreçlere insan katılımının gerekliliğini vurgulamıştır.

Özudoğru ve Sönmez (2021) YZ ve MÖ'nin sigorta sektöründeki kullanım imkanlarını incelemiş, bu tekniklerin sigorta şirketlerinin veri tabanlarını etkin bir şekilde analiz etmelerine, riskleri daha iyi yönetmelerine ve müşterileriyle daha kişiselleştirilmiş bir iletişim kurmalarına yardımcı olacağını belirtmiştir. Süreçler yürütülürken verilerin doğruluk ve güvenilirliğinin sağlanması, kişisel verilerin korunmasının, YZ modellerinin doğru eğitilmesinin önemi üzerinde durmuştur. MÖ uygulamalarının etik ve yasal gereksinimlere uygunluğunun sağlanması ve olası risklerin engellenebilmesi için düzenlemeler yapılması gerektiği sonucuna varmıştır.

Ostman ve Dorobantu (2021) YZ'nın finansal hizmetlerde kullanımının tüketicinin korunması, finansal suçların önlenmesi, rekabetin artırılması, firmaların ve piyasaların istikrarı ve siber güvenlik alanlarında önemli faydalar sağladığını, buna karşılık ciddi zararlara yol açma potansiyeline de sahip olduğunu belirtmiştir. Faydaları gerçekleştirmek ve zararları önlemek için, YZ sistemlerinin güvenilirliğinin ve sorumlu bir şekilde kullanımının sağlamasının önem taşıdığını ortaya koymuştur.

Belhaj ve Hachaichi (2021) Finans sektöründeki YZ tabanlı uygulamaların açıklanabilme güçlüğü, veri gizliliği ve mahremiyeti, yanlılık, ayrımcılık ve benzeri konularda zorluklara yol açabileceğini, finansal piyasalarda zaten var olan riskleri artırıp, yeni riskler yaratabileceğini belirtmiştir. Politika yapıcılara, tüketicinin korunmasını güçlendirmeyi amaçlayan, finans sektörü kurumlarını daha iyi veri yönetimine odaklanmaya sevk eden, mevcut yönetim, uyum ve risk yönetimi modellerini YZ'nın kullandığı yeni ortamla uyumlu hale getiren politika ve düzenleme önerileri sunmuştur.

Danielsson v.d. (2022) YZ'nın verimlilik artışı ve maliyet tasarrufu nedeniyle finans sektöründe giderek daha fazla kullanıldığını ve mikro problemlerin çözümünde önemli ve artan faydalar sağlamasının muhtemel görüldüğünü, ancak finans sektörünün bütüncül istikrarına yönelik makro düzenlemeler açısından aynı şeyin söylenemeyeceğini, "bilinmeyen bilinmeyenlerin" hakim olduğu kriz ortamlarında yapay zekanın nedenselliği anlamasının, yerelden ziyade küresel bir temelde mantık yürütmesinin ve henüz olumsuz sonuçlara yol açmamış tehditleri tanımlamasının mevcut yeteneklerini aştırdığını, bu sebeplerle de finansal sistemin istikrarına yönelik sistemik riski artırıp, tehditler oluşturduğunu ifade etmiştir.

Quinn (2023) Yirminci yūzyılın ikinci yarısından gūnūmūze YZ uygulamalarının finans sektōrüne entegrasyonu sūrecini ōzetlemiř, YZ modellerinin Őeffaflıđı ve yorumlanabilirliđi konusunda yařanan ve kara kutu olarak tanımlanan açıklanabilirlik sorununun finans gibi dūzenlenmiř ve riskten kaçınan bir sektōrde yaratabileceđi etik, yasal ve pratik zorlukları ortaya koymuřtur. Açıklanabilir YZ (Explainable Artificial Intelligence – XAI)'nın kara kutu sorununa getirebileceđi çōzūmleri ve bunun finans sektōründe YZ kullanımının geliřmesine sađlayabileceđi katkıları ele almıřtır.

Aldasoro v.d. (2024) ūretken yapay zekā (ŪYZ) ve yeni ortaya çıkan yapay zekā ajanlarının yanı sıra, daha spekulatif olarak genel yapay zekanın finans sektōrünü nasıl etkileyeceđini incelemiř ve bu kapsamda finansal sistemin temel iřlevleri olan finansal aracılık, sigorta, varlık yōnetimi ve ōdemelere odaklanmıřtır. Yapay zekā alanındaki geliřmelerin finansal istikrar ve ihtiyaati politikalar ūzerindeki etkilerini deđerlendirmiřtir. Hem iyimser hem de yıkıcı YZ senaryoları kapsamında YZ'nin reel ekonomi ūzerindeki potansiyel yayılma etkilerini arařtırmıřtır. YZ'nin finansal sistem ūzerindeki dōnūřtūrūcū etkisinin olumlu yōnde geliřmesini sađlamak ūzere, iyi kurgulanmıř YZ yōnetiřimine dayalı dūzenleme ōnerileri ortaya koymuřtur.

Tierno (2024) Finans sektōrünün hizmetlerini sunarken her zamankinden daha fazla teknoloji ve otomasyon sistemleri kullandıđını, zamandan ve paradan tasarruf etmek ve eriřilebilirliđi, dođruluđu ve mevzuata uygunluđu teřvik etmek için YZ ve MŌ'nin benimsenmeye ve teřvik edilmeye devam edileceđini, ancak ōnyargı, sistemik risk ve manipūlasyon potansiyeli, tedarik edilebilirlik ve istihdamda daralmaya sebep olma gibi zorlukların dikkate alınması gerektiđini vurgulamıřtır. Mevcut dūzenleyici yapının yeterli olup olmadıđını ve hızla geliřen teknolojik yapı ve būyūyen kapasiteye uygun bir dūzenleme çerçevesine gerek bulunup bulunmadıđını incelemiřtir. Yapay zekanın kullanımına iliřkin yasal dūzenlemelerin; sektōr ve tūteticiler açısından adil sonuçlar sađlayacak, yenilikçilik ortamını zayıflatmayacak ve gelecekteki teknolojilere uyarlanabilecek Őekilde yūrūrlūđe konulmasının ōnemini vurgulamıřtır.

3. Finans Sektōründe Yapay Zekānın ve Makine Őđrenmesinin Kullanımı

Bilgi iřleme, finansal piyasaların temel iřlevi olduđundan, finans sektōrū yapay zekanın potansiyel etkilerini keřfretmek için kullanıřlı bir laboratuvardır (Desai, 2023). YZ ve MŌ sistemlerini eđitmek için būyūk miktarda veriye ihtiyaç duyulmaktadır. Finans sektōrū; bireysel tūteticilerden ve iřletmelerden, ekonomik faaliyetlere iliřkin gōstergelerden, finansal piyasalardan, ōdemelerden, mali iřlemlerden ve çok sayıda diđer kaynaktan veri toplamakta ve bunları iřlemektedir. Sektōrūn aracılık fonksiyonunu yerine getirirken geleneksel olarak ūrettiđi būyūk miktardaki veri YZ ve MŌ teknolojileri için elveriřli bir çalıřma ortamı sađlamaktadır (Tierno, 2024, s. 5).

Ekonominin geri kalan sektōrleri ve yařamın diđer alanları ile karřılařtırıldıđında YZ bazlı uygulama ve modellerin finans sektōrūndeki yaygınlıđının ve kullanım çeřitliliđinin gōreceli olarak daha yavař geliřtiđi gōrūlmektedir. YZ tekniklerinin finans sektōrūnde daha yavař kullanım imkānı bulmasının bařta gelen sebebi, finansal faaliyetlerin en sıkı dūzenlenen alan olmasıdır. Finansal dūzenlemeler; piyasa būtūnlūđūnū, tūteticinin korunmasını, finansal istikrarın sađlanması, finansal kurumlara gūvenin tesisini, risk yōnetimini, Őeffaflıđı hedeflerken, geliřmiř YZ araçlarıyla uyumlu olmayabilecek yūkūmlūlūkleri de içermektedir. Finansal piyasa katılımcılarına ait verilerin gizliliđinin ihlali riski, YZ modellerinin açıklanabilirlik eksiklikleri, finansal hizmet sađlayıcıların mūřterilerinin menfaatine uygun Őekilde hareket etme zorunlulukları, aldatıcı çıktılardan, yanlış bilgilendirmelerden ve ōzellikle ŪYZ araçlarının finansal tūteticilere yōnelik yaratabileceđi olası risklerden kaçınma gerekleri YZ'nin sektōrdeki kullanım alanlarının geniřleme olanaklarını kısıtlamaktadır. Riskleri ortadan kaldıracak dūzenlemelerin hayat geçirilmesi ile birlikte kullanım alanlarının daha hızlı geliřmesi beklenebilir. (OECD, 2023, s. 11-12)

Bu bōlūmde ōnce YZ ve MŌ'nin finans sektōrūnde kullanımını teřvik eden unsurlar deđerlendirilecek, sonra da kullanım alanları ūzerinde durulacaktır.

Finans sektōrūnde YZ ve MŌ'nin kullanımını teřvik eden faktōrler arz ve talep yōnlū olmak ūzere iki grup altında toplanmaktadır. Arz yōnlū faktōrlerin içine teknolojik geliřmeler ve finans sektōrūnūn kendine has ōzellikleri girerken, talep yōnlū faktōrler karlılık, rekabet kořulları, yasal ve idari dūzenlemelerden oluřmaktadır. Sōz konusu faktōrler Tablo:1'de gōsterilmiř ve takiben de açıklanmıřtır.

Tablo: 1- Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesinin Finans Sektöründe Benimsenmesinde Etkili Olan Arz ve Talep Faktörleri

Teknoloji	Finans Sektörünün Özellikleri	Karlılık	Rekabet	Düzenlemeler
Bilgi-işlem kapasitesi ve gücündeki gelişmeler	Yeni tekniklerin uygulanmasına imkan sağlayacak altyapı ve verinin müsaitliği	Maliyetleri azaltma potansiyeli	Diğer finans kurumları ve firmalarla rekabette araç yarışı	İhtiyati Düzenlemeler
Veri müsaitliği		Gelirlerde artış		Veri raporlaması
Algoritmalar		Geliştirilmiş risk yönetimi		İşlemlerin en iyi şekilde gerçekleştirilmesi
Maliyetlerde düşüş				Kara para ile mücadele vb.
Arz Faktörleri		Talep Faktörleri		

Kaynak: (Financial Stability Board, 2017, s. 9)

Arz tarafında ilk önemli faktör teknolojidir. Bilgi işlem teknolojileri alanında yaşanan hızlı gelişmeler işlenebilecek verinin büyüklüğünü artırmakta, işleme zamanını da kısaltmaktadır (IOSCO, 2017, s. 6). Artan dijitalleşme ve web tabanlı hizmetlerin kullanımıyla birlikte öğrenme ve tahminde kullanılacak veri kümeleri büyümüştür. İşlemci hızlarının yükselmesi, donanım maliyetlerinin düşmesi, bulut hizmetleri aracılığıyla bilgi işlem gücüne daha rahat ve iyi koşullarda erişim verilerin etkin bir şekilde işlenmesine ve değerlendirilmesine imkân vermiştir. Benzer şekilde veri tabanlarının, yazılımların ve algoritmaların kullanımındaki gelişmeler verilerin daha ucuz depolanmasını, ayrıştırılmasını ve analizini sağlamaktadır.

Finans sektörünün kendisine has, veri yoğun yapısı YZ ve MÖ'ni teşvik eden ikinci arz yönlü faktördür. Finans sektöründe kullanılan teknolojilerdeki gelişim, finansal hizmetler sunulurken yararlanılan altyapı ve veri setine katkı sağlayarak YZ ve MÖ için elverişli bir ortam yaratmıştır. Dijitalleştirilmiş finansal verilerin makine öğrenimi için kullanılabilir hale getirilmesine ek olarak, piyasaların otomasyonu, yapay zekâ algoritmalarının doğrudan piyasalarla etkileşime girmesini ve çoğu durumda minimum insan müdahalesi ile sofistike karar verme sürecine dayalı gerçek zamanlı karmaşık alım ve satım emirleri verilebilmesini mümkün kılmıştır. Perakende kredi skorlama sistemleri makine tarafından okunabilir hale gelmiştir. Finansal piyasa verilerine ilaveten müşterilerin çevrimiçi arama trendleri, internetteki görüntüleme kalıpları ve sosyal medya bilgileri finans sektöründe YZ ve MÖ yoluyla keşfedilebilecek, skorlamada kullanılacak veri evrenini hızla büyütmüş, bu da YZ ve MÖ kullanımını teşvik etmiştir (Financial Stability Board, 2017, s. 8-9).

YZ ve MÖ'nin finans sektöründe kullanımını zorlayan talep çeşitli faktörlerin başında karlılığın artırılması gelmektedir. Finans kurumları, maliyetleri optimize etmeye yardımcı olmak için yapay zekadan yararlanmaktadır. 2023 yılında teknoloji şirketi NVIDIA tarafından düzenlenen bir ankete göre, finansal hizmet profesyonellerinin yüzde 36'sı yapay zekâ uygulamalarının şirketlerinin yıllık maliyetlerini yüzde 10'dan fazla azalttığını bildirmiştir (Pressley, 2024).

YZ kullanımının finansal kuruluşların giderlerinde sağladığı tasarruf farklı kanallardan gelmektedir: YZ her şeyden önce, finansal hizmet kuruluşlarının veri işleme ve analizi, belge işleme, işe alım, müşteri etkileşimleri ve benzer diğer süreçlerinin otomasyon ve algoritmalar aracılığıyla kontrol edilmesine yardımcı olmakta, hata riskini azaltıp, her düzeyde zaman kazandırmaktadır. YZ destekli sohbet robotları müşteri etkileşiminde personel ihtiyacını azaltarak, işletme giderlerinde tasarruf sağlamaktadır. Yapay zekanın büyük veri setlerini analiz etme ve olağandışı kalıpları ve davranışları tespit etme yeteneği, dolandırıcılığı ve usulsüzlükleri azaltmakta ve finansal işlemlerin güvenliğini artırmakta, operasyonel risklerden doğan zararları sınırlamakta, karlılığı desteklemektedir. YZ teknolojileri kara para aklamanın engellenmesine yönelik para transferlerinin izlenmesi sürecini etkinleştirerek hem izleme giderlerinin hem de olası risklerden doğabilecek zararın azaltılmasını sağlamaktadır (Pressley, 2024).

Finans sektöründe YZ ve MÖ kullanımında bir diğer itici faktör rakiplerle yaşanan rekabette geride kalma endişesi ile benzer araçların kullanılmasıdır. Karar alma süreçlerinin optimizasyonunda, yeni ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesinde, operasyonel süreçlerin etkinleştirilmesinde rakiplerin kullandığı YZ ve MÖ uygulamalarına ayak uydurma zorunluluğu piyasa katılımcıları açısından önemli bir itici güç haline almıştır (Financial Stability Board, 2017, s. 9).

YZ ve MÖ'ne yönelmede bir diğer talep yönlü itici faktör idari ve yasal düzenlemelere uyum zorunluluğudur. Son yıllarda YZ ve MÖ'de yaşanan ilerlemeler, teknolojinin mevzuata uyum alanındaki rolünü değiştirmiştir. 2008

küresel finans krizinin ardından mevzuatın sıkılaştırması ve artan uyum maliyetlerine yanıt olarak düzenleyici teknolojilerin dolayısı ile de YZ ve MÖ'nin önemi artmıştır. Bankalar ve finansal kuruluşlar ihtiyati düzenlemelere uyum, kara paranın aklanması ile mücadele ve veri raporlama işlemlerinin etkin ve uygun maliyetle gerçekleştirilmesi amacıyla YZ destekli düzenleyici teknolojilere yönelmişlerdir (Boukherouaa ve Shabsigh, 2021, s. 11).

Finansal kurumlara benzer şekilde denetim otoriteleri de daha büyük, daha karmaşık ve daha hızlı büyüyen veri kümelerini değerlendirme sorumluluğuyula karşı karşıya kaldıklarından, finans sektörünü daha etkin ve etkili bir biçimde izlemek için daha güçlü analitik araçlara ihtiyaç duymuşlar ve YZ/MÖ destekli teknolojileri denetim ve gözetimde kullandıkları araç setlerine dahil etmişlerdir (Financial Stability Board, 2017, s. 10).

Sayılan bu faktörlerin etkisi ile YZ araçları, finans sektörünün bankacılık, varlık yönetimi, menkul kıymetler ve sigortacılık gibi çeşitli alanlarında ve finansal ürün ve hizmet değer zincirinin farklı aşamalarında kullanılmaktadır:

Perakende ve kurumsal bankacılıkta; müşteri kazanımı, kredibilite analizi, müşteri desteği, işe alım, kara paranın aklanmasının önlenmesi, mevzuata uyum, dolandırıcılık tespiti; varlık ve portföy yönetiminde, hisse senedi seçimi, risk yönetimi; algoritmik ve yüksek frekanslı ticarete likidite yönetimi; sigortacılıkta müşteri ilişkileri, risk analizi ve hasar tespiti gibi pek çok iş sürecine YZ modelleri dahil edilmektedir. ÜYZ ve BDM'nden, özellikle satış ve pazarlama, müşteri desteği ve operasyonlar gibi alanlarda, veri/bilgi yönetimi ve yazılım geliştirmeye yönelik kodlama faaliyetlerinde yararlanılmaktadır. Önümüzdeki dönemde finans kurumlarının YZ tabanlı hizmet yeteneklerini daha da geliştirmesi beklenmektedir (OECD, 2023, s. 13).

YZ ve MÖ modelleri geleneksel istatistiksel ve ekonometrik modellere kıyasla esneklik sunmakta, değişkenler arasındaki tespit edilmesi zor ilişkileri keşfetmeye yardımcı olmakta ve kurumlar tarafından kullanılan araç setlerini güçlendirmektedir. Diğer taraftan MÖ yöntemleri, geçmiş verilerden karmaşık ilişkileri öğrenmek için özel olarak tasarlanırken, geleneksel yöntemlerin geçmiş ilişkileri kullanarak geleceğe doğru abartılmış tahminlerde bulunma eğilimini taşımamaktadır. Araştırmalar MÖ yöntemlerinin tahmin doğruluğu ve sağlamlığı açısından doğrusal regresyona dayalı yöntemlerden daha iyi performans gösterdiğini ortaya koymaktadır (Bolhuis ve Rayner, 2020, s. 4)

KPMG tarafından 2023 yılında finans sektörü firmaları arasında gerçekleştirilen bir ankette, katılımcılar ÜYZ kullanımını öncelikle tercih ettikleri alanları şu şekilde belirtmişlerdir: Operasyonlar: %56, Bilgi İşlem Teknolojisi: %56, Pazarlama ve Satış: %42, Ürün Geliştirme ve ARGE: %40, Müşteri Yönetimi: % 40, Finans ve Muhasebe: % 19, İK: % 16, Risk Yönetimi ve Hukuk: % 14. Katılımcıların % 56'sının ÜYZ'yı operasyonlarında ve bilgi işlem faaliyetlerinde, %42'sinin pazarlama ve satışta öncelikli olarak kullandıkları anlaşılmaktadır (KPMG, 2023, s. 6).

YZ ve MÖ uygulamalarının finans sektöründeki kullanımları dört ana başlıkta ele alınabilir (van der Burgt, 2019, s. 25; FSB, 2017, s. 11):

- i. Müşteri odaklı kullanım (Ön ofis): Kredi kullandırımı ve skorlama, sigorta ve müşteriye yönelik sohbet robotları vb.
- ii. Operasyon odaklı kullanım (Arka ofis): Sermaye optimizasyonu, risk yönetimi, piyasa etki analizi vb.
- iii. Varlık ve portföy yönetiminde, finansal piyasalarda alım satım işlemlerinde kullanım.
- iv. Finansal kurumlar tarafından mevzuata uyum ve düzenleyici ve denetleyici kamu otoriteleri tarafından gözetim ve denetim amacıyla kullanım.

YZ destekli sistemlerin müşteri odaklı kullanımında ilk alan “müşterini tanı” prensipleri çerçevesinde kimlik tespitinin ve doğrulamasının yapılması, kişisel bilgilerin temini ve sisteme işlenmesi süreci olmuştur. Bu tür uygulamalar fiziki temas gereğini ortadan kaldırdığından hem banka hem de müşteri açısından zaman ve maliyetlerde tasarruf sağlamakta, müşteri olmayı ve müşteri kazanmayı kolaylaştırmaktadır (van der Burgt, 2019, s. 26).

Sonraki aşamada metin ve sesli komutlar aracılığıyla insan konuşmalarını taklit ederek insanlarla çevrimiçi etkileşime giren (örneğin, sohbet eden ve cevaplar veren) sohbet robotları devreye girmiştir. Robotlar önceki etkileşimlerinde aldıkları yanıtları kendilerini geliştirmek için MÖ yardımıyla kullanılmaktadır. Banka sohbet robotları 7/24 hizmet sunmakta, müşteri sorularını değerlendirmekte, hesap bakiyeleri ve işlem geçmişi hakkında bilgi vermekte, çeşitli bankacılık süreçlerinde rehberlik ederek bekleme sürelerini kısaltmaktadır (Tierno, 2024, s. 7).

Sohbet robotlarındaki gelişim müşterilere ürün ve hizmetler konusunda tavsiye verme ve bunları satın almaya teşvik etme yönünde olmuştur (Zhu, Vigen, v.d., 2024). Finans kuruluşları sohbet robotları aracılığıyla finansal

kararlar verme süreçlerinde müşterilerine yardımcı olmakta ve bu etkileşimler sayesinde müşterileri hakkında bilgi edinip, veri kapasitelerini de büyütmektedir (Financial Stability Board, 2017, s. 14-15).

YZ kredi analizinde de devreye girmektedir. Bankalar kredi karar süreçlerini, müşterilerinin kredibilitelerini ölçmek üzere kullandıkları skorlama uygulamaları ile büyük ölçüde otomatikleştirmişlerdir. Kredi borcu ve fatura ödeme geçmişi, ödenmemiş borçlar, ödenmemiş veya geç ödenmiş krediler ve banka nezdindeki hesapların hareketleri gibi sayısallaştırılmış ve ölçülebilir, dolayısı ile de yapılandırılmış veriler kredi skorunun belirlenmesinde yakın geçmişe kadar belirleyici olmuştur. YZ ve MÖ ile destekli kredi skorlama sistemleri ise kredi değerliliğinin belirlenmesinde yapılandırılmış verilerin yanı sıra görsel unsurlar, sosyal medya etkinlikleri, gönderileri ve bağlantıları gibi yapılandırılmamış ve çok geniş kapsamda verileri de sürece dahil ederek kredi skorunun doğruluğunu güçlendirmekte ve potansiyel riskin belli ölçülerde sınırlanmasına katkı sağlamaktadır.

Makine öğrenimi algoritmalarının yeni veri kümelerine uygulanması, tüketici davranışı ve ödeme istekliliği gibi niteliksel faktörlerin değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Bu tür ek verilerden yararlanma güç ve becerisi, borçlunun risk düzeyinin daha sağlıklı, daha hızlı ve daha ucuz bir şekilde ölçülüp sınıflandırılmasına olanak tanımakta, daha hızlı ve doğru kredi kararı alınmasını sağlamaktadır (OECD, 2021, s. 44; Cooper, 2023, s. 1; Tierno, 2024, s. 6-7; FSB, 2017, s. 12-13).

Kredi skorlamasında yararlanan YZ modelleri kullanılan veri kümesinin sayısını artırıp çeşitlendirerek, sınırlı kredi geçmişine sahip “notlandırılmamış” müşterilere kredi notu verilmesine olanak tanıyarak başta KOBİ’ler olmak üzere reel ekonominin, iş hayatına yeni atılmış olması sebebi ile kredi tarihçesi henüz oluşmamış genç çalışanların finansmana ulaşımını desteklemekte, bankasız nüfusun finansal katılımını teşvik etmektedir (OECD, 2023, s. 16).

Portföy yönetim şirketleri müşterilerinin risk tercihlerini sorarak portföylerini özelleştirirken YZ tabanlı araçlar kullanmaktadır. Bu tür algoritmalar müşterilerin kendi tercihleri doğrultusunda doğru yönlendirilmesine imkân vermekte, müşteri lehine fayda yaratmaktadır. Diğer taraftan portföy yöneticileri de kullanıcı tabanındaki tutumların nasıl değiştiğine dair toplu bir görüşe sahip olmakta, böylece geleceğe dönük sağlıklı strateji oluşturabilmektedir (Kearns, 2023, s. 40).

YZ ve MÖ sigorta sektöründe pazarlama, fiyatlama, sohbet robotları aracılığıyla müşteri etkileşimi ve poliçe yönetiminde de yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Özüdoğru ve Sönmez, 2021, s. 47). Sigorta şirketleri, çevrimiçi alışveriş davranışı veya telemetri (taşıt araçlarına yerleştirilen harekete duyarlı takip sensörleri) gibi gerçek zamanlı ve ayrıntılı verileri bir araya getirerek sigorta ürünlerinin fiyatlandırmasını veya pazarlamasını iyileştirmek için MÖ’ni aktif olarak kullanmaktadır (Finance Magnates, 2023).

YZ ve MÖ’nin finans sektöründeki bir diğer kullanım alanı operasyon işlemleridir.

Kara paranın aklanmasının önlenmesi uygulamaları kapsamında YZ destekli programlar aracılığıyla işlem denetimi yapılabilmektedir. İşlem sayılarının büyük boyutlara ulaştığı günümüz ortamında insan emeği ile çok uzun zaman alacak ve operasyonel hata riski içerecek işlem yasağı, yaptırım, şirinleme (smurfing) ve benzeri türden kontroller YZ destekli uygulamalar sayesinde gerçek zamanlı olarak, çok kısa sürelerde ve yüksek doğruluk derecelerinde gerçekleştirilebilmektedir.

Başta kredi ve yatırım sözleşmeleri olmak üzere yasal belgeleri analiz etmek ve uygunlukları konusunda önerilerde bulunmak üzere YZ destekli platformlar kullanılmaktadır. İnceleme süreleri kısaltmakta, kararların doğruluğunun hassasiyeti artmakta, operasyonel risk ihtimali azaltılmaktadır (van der Burgt, 2019, s. 27).

YZ ve MÖ uygulamaları, sigortalama ve hasar takip süreçleri gibi işlevleri de desteklemektedir. Doğal Dil İşlemeye (DDİ) (Natural Language Processing-NLP) dayalı yapay zekâ sistemleri, geçmiş hasar taleplerinden öğrenmelerle kendilerini geliştirmekte ve kurumsal ölçekli sigortacılık ile hayat ve maluliyet sigortacılığında etkinliği artırmak üzere kullanılmaktadır. MÖ teknikleri onarım maliyetlerini belirlemeye, araç kazası hasarının ciddiyetini otomatik olarak sınıflandırmaya, hasar işlem sürelerini ve operasyonel maliyetleri azaltmaya yardımcı olmak üzere de kullanılmaktadır (Financial Stability Board, 2017, s. 14).

Sınırlı sermaye ile kârın maksimize edilmesi ve bu amaçla da sermaye kullanımının optimizasyonu banka yönetiminin temel amaçlarından. YZ ve MÖ büyük veriyi işleme konusundaki bilgi işlem yetenekleri sayesinde sermaye optimizasyonunda verimliliği, doğruluğu ve hızı artırmaktadır.

YZ modelleri, varlık yöneticileri ve kurumsal yatırımcılar tarafından risk yönetimini desteklemek ve güçlendirmek için kullanılmaktadır. YZ tabanlı risk modelleri, sürekli olarak izlenen çok sayıda risk faktörünü bir arada değerlendirerek, çoklu piyasa ve ekonomik senaryolar altında portföy performansını test edebilmektedir. Yapılandırılmış veriler bu tür geleneksel stratejilerin merkezinde yer alırken, büyük miktarda ham veya yapılandırılmamış/yarı yapılandırılmış veri, YZ tabanlı modellerde yatırımcılara bilgi avantajı sağlamak için

kullanılmakta, duyarlılık analizini geliştirmekte ve örüntü tanımaya dayalı ek içgörüler sağlamaktadır (OECD, 2023, s. 15)

YZ ve MÖ modelleri varlık ve portföy yönetimi faaliyetlerinde, finansal piyasalardaki alım satım işlemlerinde kullanılmaktadır.

Varlık yöneticileri, bireylerin ve işletmelerin varlıklarını bir ücret karşılığında yöneten ve belirtilen tercihlere göre uygun yatırımlara yönlendiren firmalardır. Sektörün faaliyetlerini yürütmesinde en çok önem taşıyan unsur veri ve bunun işlenip sağlıklı ve tutarlı öngörülere dönüştürülmesidir. Büyük miktarda ham veya yapılandırılmamış verinin MÖ destekli modellerin hızlı tahmin gücüyle birleştirilmesi, söz konusu modelleri kullanan şirketleri diğerklerine karşı avantajlı hale getirmektedir (OECD, 2021b, s. 40).

Getirileri tahmin etmeye yönelik MÖ modelleri, hisse senetlerinin özellikleri ile gelecekteki getirileri arasındaki karmaşık ilişkileri yakalama, örüntü tanıma ve geçmiş verilerden öğrenerek kendilerini geliştirme kabiliyetleri sebebiyle son yıllarda portföy yönetiminde, portföy dağılımı ile ilgili öneriler sağlamada yaygın bir ilgi görmektedir. (OECD, 2023, s. 15).

Hisse senedi, emtia ve benzeri kıymetlerin alım satımında büyük boyutlarda veri oluşmakta, bu veriler gelecekte oluşacak fiyat, piyasadaki alıcı ve satıcıların gelecekteki muhtemel tercihleri, piyasaların genel eğilimleri hakkında tahminler yapılmasına imkân vermektedir. YZ ve MÖ destekli alım-satım platformları büyük verinin hızlı ve sağlıklı bir şekilde analiz edilip, geleceğe dönük öngörülere dönüştürülmesinde önemli rol oynamaktadır (Financial Stability Board, 2017, s. 18).

YZ ve MÖ destekli sistemleri finansal kurumlar düzenlemelere uyum sağlamak, düzenleyici ve denetleyici kamu otoriteleri ise gözetim ve denetim amacıyla kullanılmaktadır.

2008 Küresel Ekonomik Krizinden sonra finans sektörüne yönelik düzenlemeler ve bunlarla bağlantılı denetimler artmıştır. Kara paranın aklanmasının önlenmesine yönelik düzenlemelerde başta bankalar olmak üzere finansal kurumlara özel görevler verilmiştir. Herhangi bir kural ihlalinin ağır biçimde cezalandırılması mevzuata uyum konusunu sektörün öncelikleri arasına sokmuştur. Hem işlem adedi ve hacimlerinin hızla artması, hem de yürürlükteki mevzuatın karmaşıklaşması ve sık aralıklarla güncellenmesi yasal düzenlemelere uyum, izleme, zamanında ve doğru raporlama konularında teknolojiden yararlanılmasını gerektirmiştir.

“Düzenleyici teknoloji” (Regulatory Technology-Regtec), düzenlemeye tabi finansal kuruluşların çeşitli düzenleme, uyum ve veri raporlama işlevlerini yerine getirmek üzere teknoloji kullanımını ifade etmektedir. Başlangıçta sadece yeni müşterilerin kabulü ve tanımlanmasıyla ilgili düzenlemelere uyuma odaklanan düzenleyici teknolojiler, YZ ve MÖ destekli modeller sayesinde kara para aklamanın önlenmesi, terörizmin finansmanıyla mücadele, dolandırıcılığın önlenmesi, risk yönetimi, stres testi ve mikro ve makro ihtiyati raporlama konularında yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Düzenleyici kurumların da YZ destekli düzenleyici teknolojilerin finansal kuruluşlar tarafından kullanılmasını desteklediği görülmektedir (Boukherouaa ve Shabsigh, 2021, s. 9).

Finansal teknolojilerin, düzenleyici ve denetleyici kurumların görevlerini yerine getirirken kullanılan türü “denetleyici teknoloji” (Supervisory Technology-SupTech) olarak adlandırılmakta ve bu alanda da YZ ve MÖ giderek önem kazanmaktadır (Financial Stability Board, 2017, s. 68)

YZ destekli düzenleyici ve denetleyici teknolojilerin düzenleyiciler tarafından denetim, gözetim, uygulamayı kolaylaştırmak ve iyileştirmek için, düzenlenen kurumlar tarafından etkin ve sağlıklı raporlama ve düzenlemelere uyum amacıyla kullanılması finansal sistemin dayanıklılığını güçlendirebilecektir. Ayrıca, raporlama ve risk yönetimi gibi alanlardaki kullanımlar gerçek zamanlı izleme potansiyelini artırıp, insan hatası ihtimalini azaltılabilecektir (Financial Stability Board, 2020, s. 3).

4. Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesinin Finans Sektöründe Kullanımının Yaratabileceği Sorunlar

YZ'nın finans sektöründe etkinlik ve verimliliğin artırılması, işlem süreçlerinin hızlandırılması, geleceğe dönük daha net ve doğru öngörülerde bulunulması, maliyetlerde tasarruf sağlanması gibi çok sayıda faydası bulunmaktadır. Ancak öğrenme ve gelişen koşullara kendi başına ve dinamik bir şekilde uyum sağlama yetenekleri göz önüne alındığında YZ'nın finansal piyasalarda halihazırda mevcut olan riskleri artırma veya bunlara yenilerini ekleme ihtimali de söz konusudur. YZ'ya nazaran artırılmış yeteneklere sahip olan ÜYZ'nın, söz konusu olumsuz etkilerin kapsamını genişletmesi mümkündür.

YZ ve MÖ'nin finans sektöründeki kullanımının yaratabileceği sorunlar şu başlıklar altında incelenebilir: Önyargı, ayrımcılık ve adil olmayan sonuçlar, açıklanabilirlik eksikliği, verilerle ilgili riskler, model sağlamlığı ve çıktı güvenilirliği, rekabete yönelik endişeler, yönetim sorunları, finansal istikrar, diğerk riskler.

Yapay zekâ destekli uygulamalar, modeli eğitmek için kullanılan verilerin düşük kaliteli, yetersiz veya önyargılı olması, alınan kümenin bütünü temsil etmemesi hallerinde önyargılı veya ayrımcı sonuçlar üretebilir. Bu durumda, cinsiyet, ırk ya da ülkenin belirli bir bölgesine yönelik ayrımcı ve adil olmayan değerlendirmelerle karşılaşılabilir. Söz konusu sonuçlar farkında olmadan kalitesiz veri ile sistemin beslenmesinden kaynaklanabileceği gibi kasıtlı olarak, modelin eğitimi için sunulan veri kümelerinin çeşitli önyargıları içerecek şekilde manipüle edilmesinden de kaynaklanabilir (Acemoğlu ve Johnson, 2023, s. 310; Hurley ve Adebayo, 2016, s. 182-183).

İnsan önyargısı, YZ/MÖ sistemlerinin tasarımı ve eğitimi sırasında algoritmada önyargıya yol açabilir. Örneğin, bir araştırımcı makine öğrenimi modeline dahil edilecek veya hariç tutulacak özelliklere karar verdiğinde, seçim çeşitli psikolojik, sosyal, duygusal ve kültürel faktörlerden etkilenebilir ve bu da söz konusu verilerle öğrenime tabi tutulan YZ/MÖ sisteminin çıktılarına etkiler (Boukherouaa ve Shabsigh, 2021, s. 14).

Finans alanında ayrımcılık ve önyargı riskinin özellikle dikkate alınmasının gerektiği bir alan kredi skorlaması ve tahsisidir. YZ tabanlı modeller kullanılarak ayrımcı veya adil olmayan bir şekilde kredi verme ya da gelen talepleri reddetme potansiyeli bulunmaktadır. Bu tür modellerin kredi tahsisi kararlarında ana belirleyici olarak kullanılması, hem kredi değerlemelerinde adaletsiz karar alma ihtimalini artırırken, kredi tahsisinde ayrımcılığın otoritelerce tespit edilmesini zorlaştırabilir. Veri setinde vekil² (proxy) değişkenlerin kullanılması tespit edilmesi zor olan ayrımcı veya önyargılı kararlara neden olabilir (OECD, 2021b, s. 40; Hurley ve Adebayo, 2016, s. 182).

ÜYK modelleri internette yer alan verilerden öğrenmeler yaparak kendilerini geliştirebilmektedir. Öğrenme yapılan sitelerdeki tarihsel verilerin önyargılı olması halinde, modeller mevcut önyargıları pekiştirip, daha da güçlü hale getirebilmektedir. BDM tabanlı uygulamalar internetteki nefret içerikli verilerden öğrenmeler yapıp ayrımcılığı artırabilmektedir. ÜYK modelleri kullanıcı geribildirimlerinden ve etkileşimlerinden öğrenmeler yaptığından, kullanıcıların profillerine bağlı olarak önyargılı ve sosyal eşitsizliğe dayalı sonuçlar verme riski derinleşebilmektedir (OECD, 2023, s. 20).

Örneğin, 2019 yılında ABD’de New York Eyaleti Finansal Hizmetler Otoritesi, Apple’ın Goldman Sachs Bankası üzerinden düzenlediği kredi kartlarında, kredi limitleri belirlenirken kadınlarla erkekler arasında kadınlar aleyhine ayrımcılık yapıldığı şikâyeti üzerine inceleme başlatmıştır. Uzmanlar, sisteme kasıtsız bir önyargının girmiş olduğundan şüphelenmişlerdir. Algoritmalar geliştirilirken, kadınların erkeklerden daha fazla finansal risk oluşturduğu, ancak geneli temsil etmeyen bir veri seti üzerinden eğitilmiş olmalarının böyle bir sonuç doğurabileceği ifade edilmiştir (BBC, 2019).

Modellerinin açıklanabilirlik zorluğu gündemde yer bulmaktadır. YZ modelleri, karar verme sürecinin şeffaflığı ve yorumlanabilirliği konusunda, “kara kutu” (Black Box) olarak adlandırılan önemli bir sorun ortaya çıkarmaktadır. Kara kutu terimi karmaşık YZ ve MÖ modellerinin verdikleri kararlara nasıl ulaştıklarını anlamadaki ve açıklamadaki güçlüğü ifade etmektedir. Süreçteki bu belirsizlik, özellikle finans gibi sıkı şekilde düzenlenmiş ve riskten kaçınan bir sektörde önemli etik, yasal ve pratik zorlukları gündeme getirmektedir (Quinn, 2023, s. 1). Bu problemlerin yaşandığı alanların başında kredi karar süreçleri ve kredi skorlama sistemleri gelmektedir. Bir kredi talebinin kabul ya da reddedilmesine ilişkin YZ destekli karar süreci muğlak olabilmekte ve bu sebeple de sonucu gerekçelendirmek güçleşmektedir (Aldasoro, Gambacorta, v.d., 2024, s. 10).

Benzer şekilde kredi skorlama sürecine dayanak oluşturan veri toplama ve dönüştürme süreci şeffaflık sorunlarına yol açabilmektedir. Kredi skorlama şirketleri veri kaynaklarını tescilli ticari sır olarak değerlendirmektedir. Bu durum tüketicilerin her gün verdikleri önemsiz gibi görünen birçok karardan hangilerinin kredi notlarını etkileyebileceğini anlama, skorlarına itiraz etme veya girdi verilerinin doğru olup olmadığını test etme imkanlarının az olduğu anlamına gelmektedir (Hurley ve Adebayo, 2016, s. 179).

Finans sektöründe kullanılan YZ modellerinin açıklanabilir olmaması, ekonomik ve mali stres dönemlerinde varlıklara yönelik yatırım stratejilerinin değişen koşullara göre uyarlanmasını zorlaştırmaktadır. Bunda modellerin doğrusal bir ilişki ortaya koymaması veya hangi parametrelerin modelin sonuçlarını veya kararlarını yönlendirdiğine dair net bir bilginin olmaması etkili olmaktadır (OECD, 2023, s. 20).

Açıklanabilirlik ve şeffaflık, yatırımcılara risk tercihlerine göre çeşitli yatırım alternatifleri öneren YZ temelli uygulamalara duyulan güven açısından da önem taşımaktadır. Açıklanabilirlik seviyesi düşük kalan YZ temelli

² Tüketicilerin teknoloji ve sosyal medya kullanımları, alışveriş alışkanlıkları, ikametgahları vb. unsurlar ırk, din, cinsiyet, siyasal tercih ve benzeri hassas özelliklerin birer göstergesi biçiminde vekil değişken olarak dikkate alınabilir. Örneğin ortak özelliklere sahip insanlar şehrin belli bir bölgesinde oturmayı tercih ediyorlarsa, ikametgâh kayıtlarından insanların belli gruplara aidiyetleri konusunda tahminler yapıлып, veri kredi skorlama sürecinde ayrımcı amaçlarla kullanılabilir.

finansal hizmet robotları, hatalı yatırım önerilerinde bulunarak tüketiciler ve piyasa katılımcıları aleyhine ticari zararlara sebep olabilir ve bu durum açıklanabilirliğin düşük olması sebebiyle denetimlerde tespit edilemeyebilir.

Önyargı, taraflılık, ayrımcılık, açıklanabilirlik ve şeffaflık ilgili bir diğer önemli konu, düzenleyici otoritelerin kredi skorlaması yapan bir YZ programının ne yaptığını ve neden yaptığını anlama imkanının sınırlı olması veya hiç olmamasıdır. Modellerin sınırlı açıklanabilirliği, finans alanındaki YZ tabanlı uygulamalarda verilerin uygunsuz kullanımının veya uygun olmayan verilerin kullanımının denetimlerle tespit edilmesini zorlaştırmaktadır. Bu durum, YZ ve MÖ modellerini kullanan bankaların yürürlükteki yasa ve yönetmeliklere uygun hareket etmelerini sağlamada ve denetlenmelerinde önemli bir zorluk teşkil etmektedir (Cooper, 2023, s. 2).

YZ destekli modellerden elde edilen çıktının kalitesi, modellerin kullandığı verilerin kalitesine bağlıdır. Modellerin eğitildikleri verilerin doğasında bulunan önyargıları veya hataları öğrenme ve sürdürme olasılıkları yüksek olabilir. Bu, modellerin veri kalitesi sorunlarına maruz kalabileceği anlamına gelmektedir (European Central Bank, 2024, s. 108). Kaliteli veri kaliteli çıktı üretecektir. YZ'nin eğitileceği veri kümelerinin seçimi, modelin çıktısı üzerinde görünmeyen büyük bir etkiye sahiptir ve bu aynı zamanda veri seçimini yapan kişilerin etkisi anlamına gelmektedir. ÜYZ'da konu daha da karmaşıklaşmaktadır. ÜYZ destekli bir modelin bağımsız ve gözetim olmaksızın kendi kendine öğrenme kapasitesi sonucunda kullanıcılardan gelen geri bildirimleri öğrenme sürecinde kullanması, arkasında herhangi bir kasıt olmaksızın taraflı, önyargılı, ayrımcı çıktıların üretilmesine sebep olabilmektedir (OECD, 2023, s. 21).

Eğitimde kullanılan verilerle ilgili bir diğer konu kişisel verilerin gizliliğinin ve fikri mülkiyet haklarının korunmasıdır. Özellikle ÜYZ modellerinin kendi başlarına hareket edip, internette yer alan verilere ulaşıp bunlardan öğrenim görmeleri, çıktı üretiminde kullanmaları verilerin özgünlüğü, özel ve ticari verilerin gizliliği, fikri mülkiyet haklarının ihlali ve veri sızıntısı risklerini ön plana çıkarmaktadır. ÜYZ destekli modeller izin alınmaksızın veya telif hakkı ödenmeksizin korumalı verilerin kullanılması riskini bünyelerinde barındırmaktadır (Cuntz, Fink, v.d., 2024, s. 21).

YZ/MÖ modelleri geleneksel uygulamalardan farklı olarak, giderek daha fazla alternatif, yapılandırılmamış veri kullandıkça, tüketicilerin sosyal davranışları da ticari maksatla kullanıma açık hale gelmektedir. Örneğin tüketicilerin harcama verileri, internette ziyaret ettikleri siteler, ziyaret ettikleri alışveriş merkezleri, sosyal medya beğenileri ve paylaşımları bankaların, perakencilerin pazarlama faaliyetlerinde kullandıkları veriler haline gelmiştir. Finansal kurumlar finansal kararlar vermek için daha fazla finans dışı alternatif bilgi türü aradıkça, bireyler daha fazla mahremiyet riskine maruz kalmaktadır. Tüketiciler; bilgilerinin kullanılmasına izin verip vermeme ile bir finansal hizmete ulaşma ya da ulaşmama arasında tercih yapma zorunluluğu hissetmektedir (Tierno, 2024, s. 17).

Yapay zekâ başta bankalar olmak üzere finans kurumlarına, müşteri karakteristikleri hakkında kapsamlı bilgi sağlamakta ve müşteri davranışlarının daha iyi tahmin edilmesine olanak vermektedir. Özellikle finansal işlem ve davranış verilerinin tercihler ve ihtiyaçlara ilişkin verilerle ilişkilendirilmesiyle birlikte her bir müşterinin ödeme istekliliği ve yeteneği tespit edilebilmektedir. Kitlesel düzeyde bireyselleştirme yapılması halinde, her müşterinin ödemeye istekli olduğu maksimum fiyat tahmin edilip, ödenmesi istenebilir. Ürün ve hizmetlerin bireyselleştirilmesi nedeniyle müşterilerin fiyat ayarlamalarını fark etmesi zorlaşabilir. Bu durum tüketicilerin kredi gibi bir ürüne şiddetle ihtiyaç duydukları, ancak farklı teklifler arasında seçim yapma şanslarının bulunmadığı durumlarda kritik önem taşıyacaktır. Bilgi asimetrisi, müşterilerin kendilerinden talep edilen verilerin değerinin farkında olmamaları ve hizmetin gerçek fiyatını bilmemeleri durumunda da ortaya çıkabilecektir. Bu türden olumsuz uygulama ve tüketici mağduriyetleri, tüketicilerin kendilerine ait finansal verilerin potansiyel kullanım imkanları ve önemi konusunda daha bilinçli hale getirilmeleri ile engellenebilir (BaFin, 2018, s. 14).

Model sağlamlığı ve çıktı güvenilirliği bir diğer önemli sorun alanıdır. Finans sektöründe kullanılan YZ ve MÖ sistemleri istikrarlı veri ortamında başarılı performans sergilemekte ve güvenilir çıktılar üretmektedir. Göreceli olarak istikrarlı ortamlarda modeller, tahminlerin doğruluğunda önemli bir kayıp olmaksızın, değişen veri eğilimlerini makul bir şekilde işleyebilmektedir. Buna karşılık hızlı yapısal değişikliklerin yaşandığı dönemlerde bu performans da olumsuz yönde hızla değişebilmektedir. Davranışsal kalıplarda ciddi kaymalar olduğu iktisadi ve mali stres ortamlarında ise daha önce güvenilir olan çıktılar güvenilirliklerini yitirebilmektedir. YZ modelleri doğası gereği uyarlanabilir olsalar da yeni verilerden öğrenerek zaman içinde geliştiklerinden, daha önce yaşanmamış ve bu nedenle modeli eğitmek için kullanılan verilerle yansımaya kendine özgü tek seferlik olaylar karşısında olumsuz performans gösterebilmektedir. Kredi skorlamasında kullanılan YZ modellerinin performansları COVID-19 pandemisi sonrası, böyle bir kriz hakkında eğitilmemiş olduklarından düşmüştür (OECD, 2021a, s. 48; Boukherouaa ve Shabsigh, 2021, s. 18).

ÜYZ modellerinin çıktıları ile ilgili önemli bir sorun halüsinasyonlar, aldatma ve yanlış bilgilendirme riskleridir. Halüsinasyon, modelin herhangi bir gerçek dünya girdisine karşılık gelmeyen, görünüşte gerçekçi duysal (görsel, işitsel vb.) deneyimler ve çıktılar üretmesidir.

Kâr maksimizasyonunu amaçlayan MÖ teknikleri, istemeden de olsa piyasa manipülasyonuna yol açabilmektedir. Otonom YZ modellerinin, karlılığı maksimize etme çabasıyla geliştiricinin böyle bir niyeti olmasa da piyasaları manipüle etmenin yollarını öğrenmesi mümkün bulunmaktadır. İnsan traderlar manipülatif eylemlerin yasa dışı olduğunu bilmekte ve bilmeleri gerekmektedir. YZ ve MÖ modelleri bu yasağı bilmeyebilir veya yasağı görmezden gelebilir. Piyasa manipülasyonunu optimal bir yatırım stratejisi olarak keşfedebilir. Bu tür eğilimler finansal piyasaların istikrarını da olumsuz yönde etkileyebilir (Mizuta, 2020, s. 411).

Finansal hizmet sağlanmasında kullanılan YZ destekli bir model tarafından yanlış bilgi ve tavsiye verilmesi (örneğin müşterinin risk tercihleri ile uyumlu olmayan tavsiyelerde bulunulması), modelin çıktılarının doğruluk ve güvenilirliklerinin zayıf olması ya da beklenmedik olumsuz olaylar ve iktisadi dalgalanmalarda esneklikten yoksun bir şekilde hatalı sonuçlar vermesi, tavsiyeyi sağlayan finansal kurumun güvenilirliğini zayıflatabilir veya tehlikeye atabilir. Bu durum finansal tüketiciler ve yatırımcılar üzerinde zararlı etkilere sebep olabilir (OECD, 2023, s. 23)

YZ modellerinin devreye alınması siber tehdit riskini de artırmakta ve yeni siber riskleri beraberinde getirmektedir. Bu tür tehditler, YZ ve MÖ yaşam döngüsünün bazı aşamalarında verileri manipüle etmeye odaklanmakta ve modeli yanlış kararlar almaya veya yanlış bilgiler vermeye yönlendirmektedir (Boukherouaa ve Shabsigh, 2021, s. 16).

YZ ve MÖ'nin finansal piyasalardaki rekabet açısından olumsuz sonuçları olabilir. ÜYZ modellerini geliştirmek ve eğitmek için büyük ölçekli bilgisayar gücü ve veri gerekmektedir. Bu durum sektörün, ilkler arasında yer alan veya modellerin tasarımını, eğitimini ve bakımını üstlenebilecek kaynaklara sahip olan birkaç oyuncu üzerinde yoğunlaşmasına, finansal kurumların da az sayıda servis sağlayıcı karşısında rekabet eksikliği sonucu yüksek maliyetlerle karşı karşıya kalmalarına yol açacaktır. Bu olumsuz piyasa yapısından neticede son kullanıcı olarak finansal tüketiciler etkilenecektir.

YZ üzerine kurulan sistemlerde en değerli varlık veridir. Verinin de sosyal platformlara hâkim birkaç büyük teknoloji firması kontrolünde bulunması, veri sahipliğinde yoğunlaşma yolu ile piyasadaki rekabeti bozabilecektir (OECD, 2021b, s. 40).

Yüksek altyapı maliyeti ve veri hakimiyeti YZ modelleri üreten ve finans sistemine hizmet sağlayan sektörlerde, potansiyel yeni oyunculara karşı duvar oluşturarak monopolistik ve oligopolistik yapıların ortaya çıkmasına sebep olabilir. Kaynakları kısıtlı, teknolojik ilerleme düzeyi göreceli geri kalmış gelişmekte olan ülkelerin bu alanlara girmesi açısından engel teşkil edebilir (Ostman ve Dorobantu, 2021, s. 42; Boukherouaa ve Shabsigh, 2021, s. 25-26).

YZ modelleri finans sektöründe kullanılırken, konunun yönetim boyutunun da ele alınması gerekmektedir.

Finans kurumlarına ve finansal işlemlere yönelik düzenlemelerin teknoloji nötr olduğunu, yani finansal işlemler gerçekleştirilirken kullanılan araçları ve yöntemleri dikkate almaksızın kurallar getirdiklerini söylemek mümkündür (Tierno, 2024, s. 13). Düzenlemelerin teknoloji nötr olmasının doğal sonucu YZ ve MÖ tabanlı modelleri kullanan finansal sektör katılımcılarının, bu modelleri kullanmayanlar ile aynı yönetim çerçevelerine ve gözetim kurallarına tabi olmalarıdır. YZ tabanlı sistemlerin geliştirilmesinden kullanımına kadarki süreçte geçerli olacak sorumluluk sınırlarının ve hesap verilebilirliğin açıkça belirlenmesi ve kurallara bağlanması, tüm sürecin baştan sona şeffaflığının sağlanması, sistemin sağlıklı çalışmasının ve paydaşlar nezdinde güven tesisinin olmazsa olmaz koşuludur (U.S. Department of Commerce, 2023, s. 15-16). Modellerin karmaşıklığı, otonom olarak kendi kendilerine öğrenme ve karar verme yetenekleri şeffaflık, sorumluluk ve hesap verebilirlik konusunda çeşitli güçlükleri beraberinde getirmektedir.

YZ tabanlı modelleri kullanarak finansal hizmetler sunan, ancak konu hakkında yeterli eğitim almamış uygulayıcıların araçların kullanımıyla ilişkili riskler konusundaki bilgi ve farkındalık eksikliği, bu tür araçların risk profilini ağırlaştırabilir, onları ve son müşterilerini önemli risklere maruz bırakabilir. Bu nedenle, eğitim faaliyetleri ve pozisyona uygunluk şartlarının, bu tür araçları kullanmak isteyen finansal piyasa uygulayıcıları için yönetim çerçevelerinin bir parçası olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

YZ modellerine ilişkin hizmetlerin ve altyapının dış kaynak kullanımı yoluyla üçüncü taraflardan sağlanması halinde, olumsuz herhangi bir sonuçtan kimin sorumlu olacağı konusundaki yönetsimsel problemler daha da ağırlaşmaktadır.

YZ ve MÖ kullanımı ile finansal istikrar arasından da etkileşim söz konusudur. Çeşitli sebeplerle yatırımcıların diğer yatırımcıların davranış ve stratejilerini örnek aldığı, onlarla birlikte hareket ettiği, sonuçta piyasaları da aynı

yönde hareket ettirdiği ve risk yarattığı yatırım davranışı şekli olarak tanımlanan sürü davranışının YZ ve MÖ kullanımının doğasında bulunan önemli bir risk olduğu ileri sürülmektedir. Benzer YZ tabanlı modellerin çok sayıda finansal kurum tarafından kullanılması, sürü davranışına, aynı anda alım ya da satım yapan, dolayısıyla da tek yönlü hareket eden piyasalara yol açabilir ve bu da özellikle stres zamanlarında sistemin likiditesi ve istikrarına yönelik riskleri artırabilir. YZ eğitiminde ve karar alma süreçlerinde kullanılacak verilerin sınırlı sayıda veri sağlayıcının kontrolünde bulunması da finansal istikrara yönelik sistemik riskler ortaya çıkarmaktadır. (Boukherouaa ve Shabsigh, 2021, s. 18; BIS, 2024, s. 103; OECD, 2021a, s. 50; Tierno, 2024, s. 16-18).

YZ ve MÖ'nin rekabet üzerindeki etkisi açıklanırken değinildiği üzere, az sayıda hizmet sağlayıcı ve teknoloji firmasının sebep olduğu tedarikçi ve veri yoğunlaşması finansal piyasalarda istikrarsızlığa yol açabilir. Piyasaya hâkim bir servis sağlayıcının operasyonel bir aksaklıktan dolayı hizmet veremez hale gelmesi piyasanın büyük bir kısmının bir anda durmasına sebep olabilir.

İnsan kapasitesinden çok daha hızlı ve insan müdahalesi olmadan karar alabilen YZ modellerinin finans sektörünün kritik alanlarında yaygın kullanılması, finansal piyasaların YZ kararları ile insan kontrolünden çıkıp arzu edilmeyen yönlere gitme riskini de beraberinde getirebilecektir (Harari, 2024).

Göreceli olarak yeni olması ve kullanım alanlarının da henüz sınırlı kalması sebepleri ile YZ'nın istihdam piyasasına olası etkileri konusunda ciddi bir belirsizlik bulunmaktadır. Finans sektöründe faaliyet gösteren kurumlar ile bunları denetlemekle görevli otoritelerin istihdam politikaları açısından YZ'nın geleceğe yönelik iki farklı etkisinden söz edilebilir:

ÜYZ finans sektöründeki kurumların özellikle arka ofis ve orta ofis işlevlerinin otomasyonunda dönüştürücü bir potansiyele sahiptir. Modellerin sektörün istihdam kapasitesinde azalmaya yol açma ihtimali olasıdır. Gelişmelerin orta gelirli işleri azaltıp, düşük ve yüksek gelirli işlere olan talebi artıracığı yönünde görüşler de bulunmaktadır (Tschang ve Almirall, 2021, s. 34; OECD, 2023, s. 26; Tierno, 2024, s. 22-23).

YZ'nın istihdam piyasasına ikinci etkisi önümüzdeki dönemde talep edilecek emeğin niteliği ile ilgilidir. YZ, hem YZ sistemlerini geliştirmek hem de YZ uygulamalarını kullanmak için gereken becerilere sahip emek talebini artıracaktır (Acemoglu, Autor, Hazell,v.d., 2022, s. 337; OECD, 2023, s. 159-163).

YZ'nın istihdam piyasası üzerindeki olası etkilerinin doğru politikalarla desteklenmemesi halinde, bir yandan finans piyasasında istihdamın daralması gibi sosyal açıdan maliyetli sorunlarla karşı karşıya kalınacak, diğer taraftan uygun becerilere sahip çalışan bulunamaması hem finans kurumlarının hem de finansal kurumları denetleyen otoritelerin faaliyetlerini sağlıklı bir biçimde yürütmelerini engelleyecektir.

YZ sistemlerinin gerektirdiği bilgi işlem altyapısı ve bu alt yapının veri işleminde ihtiyaç duyduğu yüksek enerji ihtiyacı sürdürülebilirlikle ilgili endişeleri artırmaktadır. Ayrıca modellerin çevresel ayak izleri hakkında güvenilir verilere ulaşma imkânı da henüz sınırlı kalmaktadır.

5. Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesinin Finans Sektöründe Kullanımına Yönelik Politika Önerileri

Kendilerine özgü yapıları gereği YZ modellerinin sebep olabileceği riskler birçok yönden benzersizdir. Modeller ve kullanıldıkları bağlamlar karmaşıktır. Bu karmaşıklık sorunların önceden tespit edilmesini ve ortaya çıktıklarında müdahale edilmesini zorlaştırabilmekte ve sistemik risklere sebep olabilmektedir. YZ modelleri doğaları gereği toplumsal dinamiklerden, insan davranışlarından ve insanlarla etkileşimden etkilenmektedir. YZ'nin ekonominin ve sosyal hayatın çok çeşitli alanları üzerindeki dönüştürücü etkileri ve potansiyel riskleri, onu uluslararası kuruluşların, düzenleyici kurumların politika önceliği haline getirmiştir.

Finans sektörü açısından konu daha hassastır. Sektör güven esasına dayanmakta, diğer sektörlerle nazaran daha yüksek sosyal standartlara, sıkı düzenlemelere tabi tutulmaktadır. YZ destekli modelleri finans sektöründe kullanılırken daha dikkatli hareket etmek gerekmektedir. Örneğin, bankalar, sigorta şirketleri, emeklilik fonları müşterilerine fayda sağlarken, finansal faaliyet sürecinin yan ürünü olarak müşterileri hakkında veri elde etmektedir. Veri kullanımı toplumun beklentilerine uymadığı takdirde itibar kaybına yol açabilmektedir (van der Burgt, 2019, s. 30).

YZ'nın finans sektöründe sağlıklı ve sorumlu bir şekilde kullanılması ile ilgili bir diğer husus birbirleriyle bağlantılı hale gelmiş olan finansal piyasalar arasında düzenleme arbitrajı riskidir. Piyasalar arasında rahat hareket etme imkanını modelleri denetimden kaçınmak için kullanma girişimleri her zaman gündeme gelebilecektir.

Sayılan potansiyel riskler dünya çapında YZ'nın sorumlu kullanımını sağlamaya yönelik düzenlemelerin hayata geçirilmesi çabalarına hız kazandırmıştır. Güven esasına dayanan finans sektöründe de YZ'nın potansiyel

risklerinin önceden öngörülmesi, önlenmesi ve olumsuz etkilerinin sınırlandırılması yönünde düzenlemeler yapılması önem taşımaktadır.

2019 yılı mayıs ayında OECD, güvenilir YZ'nın sorumlu bir şekilde kullanımını düzenlemek üzere ilk uluslararası standart olarak YZ İlkelerini kabul etmiştir. Söz konusu prensipler 2024 yılı mayıs ayında güncellenmiştir. 47 ülke söz konusu prensiplere bağlılığını duyurmuştur. OECD YZ İlkeleri, insan haklarına ve demokratik değerlere saygılı, yenilikçi ve güvenilir YZ kullanımını teşvik etmekte ve YZ için pratik ve zaman içindeki değişimlere uyum sağlayabilecek, esnek standartlar belirlemektedir. İlkeler beş ana başlık altında toplanmaktadır: Kapsayıcı büyüme, sürdürülebilir kalkınma ve refah; insan merkezli değerlere saygı ve adalet, şeffaflık ve açıklanabilirlik; sağlamlık, güvenlik ve emniyet; hesap verebilirlik (Buckley, Zetzsche, v.d., 2021, s. 57-58; OECD, 2024).

OECD YZ ilkelerini belirlerken politika yapıcılara çeşitli önerilerde de bulunmuştur: YZ araştırma ve geliştirmesine yatırım yapılması, YZ için dijital bir ekosistemin teşvik edilmesi, YZ için elverişli bir politika ortamının şekillendirilmesi, insan kapasitesinin geliştirilmesi ve işgücü piyasası dönüşümüne hazırlık yapılması, güvenilir YZ için uluslararası iş birliği (OECD, 2024).

OECD'ye ilaveten hem ulusal hem de uluslararası düzenleyiciler, YZ'nin geliştirilmesinden dağıtımına kadar giden değer zinciri boyunca uygulanabilecek genel ilkeler belirlemişlerdir. Örneğin, AB Güvenilir Yapay Zekâ İçin Değerlendirme Listesi, ABD YZ Risk Yönetimi Çerçevesi ve Çin Sorumlu YZ İlkeleri tanımlamıştır. AB 2024 yılında YZ Yasasını yayımlamıştır. ISO, ISO/IEC 23894:2023 standardı ile YZ sistemleri için risk yönetimi konusunda rehberlik sağlamaktadır. Türkiye'de de YZ Kanunu teklifi 2024 yılı haziran ayında TBMM Başkanlığına sunulmuştur.

YZ'nın finans sektöründeki düzenlemelerine örnek olarak Hollanda Merkez Bankası tarafından yayımlanan "Finans Sektöründe Yapay Zekâ Kullanımı İçin Genel İlkeler", Almanya Finansal Hizmetler Federal Denetim Kurumu tarafından yürürlüğe konulan "Karar Verme Süreçlerinde Algoritmaların Kullanımına İlişkin İlkeler" verilebilir (van der Burgt, 2019; BaFin, 2021).

YZ kullanımının finans sektöründe yaratabileceği risklere yönelik uygulanabilecek politikalar, alınabilecek önlemler ve yürürlüğe konabilecek düzenlemeler bir önceki bölümde belirtilen risk alanları bazında aşağıda ele alınmıştır:

Önyargının ve ayrımcılığın önlenmesine ilişkin olarak YZ destekli modellerin uygulamasından önce yürürlükte bulunan düzenleme çerçevesi, YZ destekli modellerin uygulamaya konmasının getirebileceği ilave önyargı ve ayrımcılık risklerine karşı güncellenerek geliştirilmelidir.

Modellerin adillik ve tarafsızlık tanımları açık ve net bir şekilde yapıp, standartlara bağlanmalı; eşitlik kontrolleri, model çıktılarının önyargı, ayrımcılık etki değerlendirmeleri, temel veri kümelerine karşı anlam kontrolleri proaktif olarak, model uygulamaya fiilen konulmadan gerçekleştirilmeli ve düzenli olarak denetlenmelidir (OECD, 2023, s. 29).

Potansiyel önyargı kaynaklarının azaltılabilmesi için, modellerin kullandığı değişkenlerin ve eğitim için kullanılan veri setlerinin temsil kabiliyetleri doğrulanmalı, sonuçlar kayda geçirilmelidir.

Modellerin açıklanabilirlik düzeyleri periyodik olarak testten geçirilmeli, test sonuçları objektif, sayısal kriterlere bağlanarak dönemsel gelişimleri takip edilmelidir (Boukherouaa & Shabsigh, 2021, s. 15). Açıklanabilirliğin olmadığı veya çok sınırlı olduğu uygulamaların kullanımına, açıklanabilirlik belli bir eşitçe yükseltilene kadar izin verilmemelidir.

YZ destekli modellerin kullanımına ilişkin politika ve karar alma süreçlerinin şeffaflığı sağlanmalı, her karar gerekçelendirilmeli, belgelendirilip denetime hazır hale getirilmelidir (van der Burgt, 2019, s. 38).

Modellerin açıklanabilirliğini artırmaya yönelik AR-GE çalışmaları teşvik edilmelidir.

Veri sağlamlılığının ve güvenliğinin sağlanması için, YZ modellerinin eğitiminde ve karar alma sürecinde kullanılan verilerin doğruluk, tamlık ve temsil edilebilirlikle ilgili minimum kalite standartları belirlenmelidir (van der Burgt, 2019, s. 35).

Veri kalitesinin standartlara uygunluğunu, veri gizliliğini, finansal tüketici rızasını, telif hakkı kullanımını garanti altına alacak uygulamaların kullanılmasını sağlayıp, aksine uygulamaları yaptırma bağlayan, veri yönetişimini güçlendirici düzenlemeler yürürlüğe konulmalıdır. Düzenlemeler şeffaflığı artıracak, veri kullanımlarının kayıt altına alınmasını ve raporlanmasını sağlayacak koşullar içermelidir. (Appel, Neelbauer, v.d., 2023).

Verilerin toplanması, işlenmesi ve karar almada kullanılması sürecinde şeffaflık artırılmalıdır. Finansal tüketiciler, bir ürünün sunulması sırasında YZ tekniklerinin kullanıldığı, bunların sonuçlar üzerinde etkisi olduğu, bir insan

yerine bir YZ sistemi ile etkileşim halinde olunduğu konularında bilgilendirilmelidir. Müşterilere, tercih etmeleri halinde bir insanla iletişim kurma seçeneği sunulmalıdır (OECD, 2023, s. 29).

İnternet taraması da dahil olmak üzere özel verileri işleyebilen ÜYZ modellerinin kullanılması durumunda, finansal tüketicilerin, ÜYZ modellerinin eğitimi için verilerinin kullanılmasını kısıtlama hakkı güvence altına alınmalıdır.

Modellerin sağlamlığı ve çıktılarının güvenilirliğine ilişkin atılacak adımlar şu şekilde sıralanabilir:

ÜYZ modellerinin güvenliğinin, sağlamlığının ve esnekliğinin sağlanması ve bu yöndeki çabaların teşvik edilmesi için modellerin uygun şekilde eğitimi, yeniden eğitimi ve testlerden geçirilmesi, düzenli olarak izlenmeleri ve doğrulanmaları kurallara bağlanmalı, kurallara uyum düzenli olarak denetlenmelidir. Geliştirme ve uygulama aşamalarındaki izleme ve doğrulama süreçlerinin sonuçları belgelendirilmeli, periyodik olarak bağımsız denetimden geçirilmelidir (OECD, 2021b, s. 56-57).

Bir model uygulamaya konulmadan önce tehlikeli veya zararlı olabilecek yetenekleri test edilmelidir. Test sonuçları modelin yanlış bilgi yayma, gerçekte var olmayan bir durumu varmış gibi gösterme, elindeki öğrenme verilerini piyasayı manipüle etmede kullanma gibi istenmeyen sonuçlara sebep olma riskini ortadan kaldırmak için kullanılmalıdır (OECD, 2023, s. 30).

Arzu edilen güvenlik eşiklerine ulaşılmasını kısıtlayan içerikler engellenmeli, modellerin güvenliklerini artıracak kısıtlamalar, uygulamaya geçilmeden belirlenerek yürürlüğe konmalıdır.

Sistemik olarak önemli sayılabilecek, belirli bir yetenek seviyesinin üzerindeki büyük modeller, ortak kabul görmüş güvenlik kurallarına bağlanmalıdır.

Rekabeti engelleyici gelişmelerin önlenmesi ve mevcut rekabetin artırılmasına yönelik politikalar YZ modellerinden beklenen faydaların sağlanması açısından önem taşımaktadır.

Bu kapsamda AR-GE faaliyetleri desteklenmeli, modellerin çeşitliliğinin artmasına destek olunmalıdır. Birleşme ve satın almalar yolu ile ortaya çıkacak firma yoğunlaşmaları, teknoloji sektörüne yeni firma girişini kısıtlayacak rekabet bozucu uygulamalar rekabet düzenlemeleri yoluyla engellenmelidir. Büyük teknoloji firmalarının YZ ile ilgili hizmetlerdeki ve altyapıdaki rolleri dikkate alınarak, “batmayacak kadar büyük banka” tanımına benzer biçimde “sistemik düzeyde öneme sahip teknoloji firması” tanımı geliştirilmeli, kapsama giren firmaların büyüklüklerinden dolayı sistemdeki rekabeti ve işleyişi bozabilecek davranışları engellenmelidir (Withers & Junes, 2021).

YZ destekli modelleri finans sektöründe kullanırken yönetim kalitesini yükseltilmesi yönünde atılacak adımlar, YZ destekli sistemlere güven tesisine yardımcı olacaktır. Modellerin yaşam döngüsü boyunca görev ve sorumlulukların, gözetim sınırlarının her kademede net olarak belirlenip kişilere dağıtılması, kesintisiz şekilde belgelendirilmesi ve denetlenmesi gerekmektedir. Başka bir deyişle, modeli uygulayan kişinin, uyguladığı modelin neden olduğu herhangi bir zarardan sorumlu tutulacağı açıkça ortaya konulmalı ve hesap verebilirlik finansal kurumların risk yönetimi çerçevelerine dahil edilmelidir (van der Burgt, 2019, s. 36).

YZ modellerinin herhangi bir sebeple kesintiye uğraması halinde iş sürekliliğini sağlamak için acil durum ve güvenlik önlemleri planlanmalıdır.

Üçüncü şahıslardan model ve modellerin eğitiminde kullanılacak veri temin edilmesi süreçlerinin de yönetim düzenlemesi kapsamına alınması gerekmektedir. Modeli hazırlayan ve finansal kurumun kullanımına sunan, modeller için veri temin eden üçüncü tarafların ortaya çıkabilecek zararlardan dolayı sorumluluklarının ve kendilerine rücu koşullarının açıkça belirlenmesi sürecin sağlıklı işleyişi ve güvenin tesisi açısından önem taşımaktadır (OECD, 2023, s. 30).

YZ'nın finansal istikrarı bozucu etkileri ağırlıklı olarak model ve veri sağlayıcılardaki yoğunlaşma ile sürü davranışından kaynaklanmakta olup, rekabet düzeyinin artırılmasına yönelik politikalar, finansal istikrarın korunmasında da rol oynayacaktır.

YZ modelleri ile ilgili AR-GE faaliyetlerinin ve akademik çalışmaların desteklenmesi modellerde çeşitlilik sağlayarak ve modellerin başarısının artırarak birbirine benzeyen modellerin kullanılmasından kaynaklanacak sistemik riski azaltacak ve finansal istikrara katkı sağlayacaktır.

YZ modellerinin kendi başlarına öğrenebilme ve otonom karar alma yeteneklerinin sebep olabileceği riskler, insan unsurunun sürece dahil edilmesini savunan görüşlere desteği artırmaktadır:

Kredi değerlemesi, yatırım tavsiyesinde bulunulması, sigorta işlemlerinde riskin ve buna bağlı prim düzeyinin belirlenmesi ve benzeri kritik alanlarda, önyargı, hatalı veri, bağlamdan kaynaklı yorum hatası ve benzeri sebeplerle finansal tüketicilere zarar verme riskini en aza indirmek için YZ ve ÜYZ destekli finansal faaliyetlere

uygun derecede insan katılımı ve kontrolü sağlanmalıdır (OECD, 2023, s. 33; Finextra ve Intel, 2017, s. 23; Kearns, 2023, s. 40).

Düzenleyici ve denetleyici otoritelerin politikaları çerçevesinde, insan unsurunu sürece dahil eden ve kişisel sorumlulukları açıkça belirleyen önlemler finans alanında kullanılacak YZ destekli modellere yönelik düzenlenmelere dahil edilmelidir. (Buckley, Zetzsche, v.d., 2021, s. 66).

YZ'nın finans sektöründe kullanımı konunun insan kaynakları boyutunu da gündeme getirmektedir. YZ destekli modellerin geliştirilmesi ve kullanımı belli düzeyde eğitim ve beceriye sahip iş gücü gerektirmektedir. Sürecin doğru yönetilmesi için her şeyden önce finansal kurumların üst yönetimleri, risk yönetimi ve uyum fonksiyonları YZ konusunda yeterli düzeyde uzmanlığa sahip olmalıdır. (van der Burgt, 2019, s. 37).

İş gücünün nicelik ve nitelik açısından yetersizliği kurumlar ve finansal tüketiciler açısından zarara sebep olabileceğinden, finans sektöründeki iş gücünün eğitim ve becerisini artıracak politikaların uygulamaya konulması, kurumların bu yönde teşvik edilmesi gerekmektedir. Eğitime ve beceriye yapılacak yatırım etkili YZ yönetişimini mümkün kılarken, aynı zamanda uygulayıcıların ve finansal tüketicilerin modelleri daha güvenli bir şekilde kullanmalarını da sağlayacaktır.

Düzenleyici kurumların finans alanındaki YZ destekli faaliyetleri sağlıklı bir şekilde düzenlemeleri, denetleyebilmeleri ve müdahale edebilmeleri için YZ teknolojisindeki gelişmelere ayak uydurmaları gerekmektedir. Bu sayede YZ destekli düzenleme ve denetleme teknolojileri, finansal piyasaların YZ destekli faaliyetlerinin etkili ve verimli bir şekilde denetlenmesinde kullanılabilir olacaktır. (De Nederlandsche Bank, 2024, s. 2).

Finansal piyasaların global düzeyde iç içe geçmişliği YZ uygulamasında uluslararası iş birliğini zorunlu kılmaktadır. OECD YZ İlkeleri doğrultusunda, uluslararası iş birliğinin teşvik edilmesi, uluslararası ölçekte YZ uygulama standartlarının belirlenmesi, ulusal düzenlemelerin düzenleme arbitrajını engelleyecek şekilde birbirleri ile uyumlaştırılması gerekmektedir (Aldasoro, Gambacorta, v.d., 2024, s. 27).

YZ'nın sorumlu kullanımına yönelik düzenlemelerle yenilikçi teknolojilerin geliştirilmesi arasında sağlıklı bir dengenin kurulması bir diğer önemli konudur. Yenilikçiliğe alan açmayan, teknolojiyi kısıtlamaya yönelik aşırı muhafazakar duruş, ulusal finans sektörlerinin rakipler karşısında rekabet gücü kaybına sebep olabilecektir.

YZ modellerinin istihdam üzerindeki olası daraltıcı etkileri ve bunun sosyal barışı bozabilecek sonuçları sık sık gündeme getirilmektedir. Bu tür olumsuz sonuçlardan sakınmak için, finans sektöründeki YZ uygulama tercihinin, insanların yerini almaktan ziyade "artırılmış zekâ" (augmented intelligence) ya da YZ desteği ile insan yeteneklerinin güçlendirilmesi, insan varlığının tamamlanması ve verimliliğinin artırılması yönünde olması değerlendirilmelidir. (Acemoglu ve Johnson, 2023, s. 29; FSB, 2017, s. 7).

6. Sonuç

YZ ve MÖ destekli modeller finans sektöründe giderek daha fazla kullanım alanı bulmaktadır. Bu gelişme finansal kurumların ve piyasaların etkinliğinin ve verimliliğinin artırılmasına, maliyetlerinin düşürülmesine, daha kaliteli ürünler ve hizmetler sunulmasına katkı sağlamaktadır.

Modeller faydalarının yanı sıra ayrımcı, önyargılı, adaletsiz, manipülatif davranma, kararların arkasındaki nedenselliği açıklayamama, sürü davranışı yoluyla finansal piyasalarda tek yönlü harekete, döngüsellğe ve sistemik risklere yol açma gibi sebeplerle eleştirilmektedir. Olası riskler ve yöneltelen eleştiriler YZ ve MÖ destekli modellerin finans sektöründe kullanımının kural ve standartlara bağlanmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışmada toplumsal refahı ve sürdürülebilirliği, şeffaflığı, hesap verebilirliği, adaleti, kişisel verilerin korunmasını, emniyetini ve güvenliğini destekleyen, kritik karar süreçlerine insan yargısını dahil eden, sağlam, güvenilir ve açıklanabilir YZ ve MÖ destekli modellerin finans sektöründe kullanımını sağlayacak politika ve düzenlemeler ele alınmıştır. Bu politika ve düzenlemelerin her bir ülkenin kendisine özgü koşulları da dikkate alınarak yürürlüğe konulmasında, bunlara uyumun düzenli olarak izlenip, denetlenmesinde, düzenleme arbitrajını önleyecek şekilde uluslararası iş birliğinin geliştirilmesinde, rekabeti ve model çeşitliliğini artıracak AR-GE faaliyetlerinin desteklenip teşvik edilmesinde yarar bulunmaktadır.

Finans ve teknoloji alanındaki yeniliklerin, yasal ve idari düzenlemelerin önünde ilerlemesi, düzenlemelerdeki gecikmeler nedeniyle finansal piyasalarda risk ve belirsizlikler yaratabilmektedir. Bu nedenle, finans sektöründeki YZ uygulamalarına yönelik düzenlemeler zamanında yürürlüğe girmeli ve teknolojideki yeniliklere hızla uyum sağlayabilmelidir. Ayrıca düzenlemeler, YZ alanındaki gelişmeleri ve finans sektöründeki kullanımını kısıtlamak yerine yenilikçiliği destekleyecek bir denge gözetmelidir.

Konu önemi nedeniyle uluslararası kuruluşlar ile ulusal ve uluslararası düzenleyici kurumların gündemine girmiştir. Uluslararası iş birliğinin tesisine ve standartların oluşturulmasına dönük kararlar alınmaktadır. Ülkelerin

düzenleyici kurumları YZ'nın finans sektöründe sağlıklı bir şekilde kullanılmasını sağlayacak düzenlemeleri yürürlüğe koymaktadır.

YZ destekli sistemler Türkiye'de de başta bankalar ve portföy yönetim şirketleri olmak üzere finans sektörünün iş modellerinde kullanılmaya başlanmıştır. Kredi taleplerinin değerlendirilmesinde, risk yönetiminde, kara paranın aklanmasının önlenmesine yönelik kontrollerde, müşteri portföy tercihlerinin belirlenip, danışmanlık sunulmasında YZ destekli modellerden yararlanılmaktadır.

Bu makale, küresel örnekler ışığında YZ ve MÖ'nin finans sektöründeki kullanım olanaklarını ve doğurabileceği sorunları analitik bir yaklaşımla ele alırken, aynı zamanda bu sorunlara yönelik uygulanabilir politikalar önererek yazına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Türk finans sektöründe konunun önemine dikkat çekmek, karşılaşılabilecek risklere karşı erken farkındalık yaratmak ve hem uygulamacılara hem de düzenleyici kurumlara proaktif bir perspektif kazandırmak da çalışmanın hedefleri arasındadır.

YZ ve MÖ modellerinin finans sektöründeki uygulamaları diğer sektörlerle kıyasla henüz başlangıç aşamasındadır. Modellerin etkilerini kapsamlı bir şekilde değerlendirebilmek için yeterli veri birikimi oluşmamıştır. Kullanım alanlarının genişlemesi, uygulama sürelerinin uzaması ve denetim sonuçlarının ortaya çıkması ile veri seti büyüyecek, bu teknolojilerin finans sektöründeki etkileri daha iyi anlaşılacaktır. Artan veriyle yapılacak akademik çalışmalar hem olumlu hem de olumsuz yönlerin belirlenmesine katkı sunarak gelecekte uygulanacak politikalara yön verecektir.

Kaynakça

- Acemoglu, D., Autor, D., Hazell, J., & Restrepo, P. (2022). Artificial Intelligence And Jobs: Evidence From Online Vacancies. *Journal Of Labor Economics*, 40(S1), 293-340.
- Acemoglu, D., & Johnson, S. (2023). Rebalancing Aı. *Finance & Development*, 60 (4).
- Acemoglu, D., & Johnson, S. (2023). İktidar Ve Teknoloji. Doğan Kitap.
- Aldasaro, I., Gambacorta, L., Korinek, A., Shreeti, V., & Stein, M. (2024). Intelligent Financial System: How Aı Is Transforming Finance. Working Paper, Bıs.
- Appel, G., Neelbauer, J., & Schweidel, D. A. (2023). Generative Aı Has An Intellectual Property Problem. *Harvard Business Review*: <https://hbr.org/2023/04/generative-ai-has-an-intellectual-property-problem> Adresinden 24.07.2024 Tarihinde Erişildi.
- Bafin. (2018). Big Data Trifft Auf Künstliche Intelligenz, Herausforderungen Und Implikationen Für Aufsicht Und Regulierung Von Finanzdienstleistungen . Bundesanstalt Für Finanzdienstleistungsaufsicht.
- Bafin. (2021). Big Data Und Künstliche Intelligenz: Prinzipien Für Den Einsatz Von Algorithmen İn Entscheidungsprozessen. Bundesanstalt Für Finanzdienstleistungsaufsicht.
- Bank Of International Settlements. (2024). Annual Economic Report - June 2024.
- Bbc. (2019). Apple's "Sexist" Credit Card Investigated By Us Regulator. *Bbc.Com*: <https://www.bbc.com/news/business-50365609> Adresinden 10.07.2024 Tarihinde Erişildi.
- Belhaj, M., & Hachaichi, Y. (2021). Artificial Intelligence, Machine Learning And Big Data İn Finance Opportunities, Challenges, And Implications For Policy Makers. *Researchgate.Net*: https://www.researchgate.net/profile/Yassine-Hachaichi/publication/369912767_Artificial_Intelligence_Machine_Learning_And_Big_Data_In_Finance_Opportunities_Challenges_And_Implications_For_Policy_Makers/links/6433b52f20f25554da20c124/Artificial-Intelligence Adresinden 17.07.2024 Tarihinde Erişildi.
- Bolhuis, M. A., & Rayner, B. (2020). Deus Ex Machina? A Framework For Macro Forecasting With Machine Learning. Working Paper, Imf.
- Boukherouaa, E., & Shabsigh, G. (2021). Powering The Digital Economy - Opportunities And Risks Of Artificial Intelligence İn Finance. Departmental Paper, Imf.
- Buckley, R. P., Zetzsche, D. A., Arner, D. W., & Tang, B. W. (2021). Regulating Artificial Intelligence İn Finance: Putting The Human İn The Loop. *Sydney Law Review*, 43, 43-81.
- Cooper, C. (2023). Automation, Artificial Intelligence, And Machine Learning İn Consumer Lending. *Crs*.
- Cuntz, A., Fink, C., & Stamm, H. (2024). Artificial Intelligence And Intellectual Property: An Economic Perspective. Economic Research Working Paper, World Intellectual Property Organization (Wipo).

- Danielsson, J., Macrae, R., & Uthemann, A. (2022). Artificial Intelligence And Systemic Risk. *Journal Of Banking And Finance*(140).
- De Nederlandsche Bank. (2024). The İmpact Of Aı On The Financial Sector And Supervision.
- Desai, M. (2023). What The Finance Industry Tells Us About The Future Of Aı. *Harvard Business Review*.
- European Central Bank. (2024). Financial Stability Review.
- Finance Magnates. (2023). The Evolution Of Insurtech And Its Impact On The Insurance Industry. *Finance Magnates*: <https://www.financemagnates.com/fintech/education-centre/the-evolution-of-insurtech-and-its-impact-on-the-insurance-industry/> Adresinden 7.07.2024 Tarihinde Erişildi.
- Financial Stability Board. (2017). Artificial Intelligence And Machine Learning İn Financial Services. *Financial Stability Board*.
- Financial Stability Board. (2020). The Use Of Supervisory And Regulatory Technology By Authorities And Regulated Institutions.
- Finextra Ve Intel. (2017). The Next Big Wave - How Financial Institutions Can Stay Ahead Of The Aı Revolution. *Research Paper*.
- Hararı, Y. N. (2024). Aı, Future Tech, Society & Global Finance. *Bıs Innovation Summit*.
- Hurley, M., & Adebayo, J. (2016). Credit Scoring İn The Era Of Big Data. *Yale Journal Of Law & Technology*(18), 148-216.
- Iosco. (2017). Research Report On Financial Technologies (Fintech). *Research Report, International Organization Of Securities Commissions*.
- Kearns, J. (2023, Aralık). Aı's Reverberations Across Finance. *Finance & Development*, 38-41.
- Kpmg. (2023). *Generative Aı: From Buzz To Business Value*.
- Mızuta, T. (2020). Can An Aı Perform Market Manipulation At İts Own Discretion? *Ieee Symposium Series On Computational Intelligence*. Canberra.
- Oecd. (2021a). Artificial Intelligence, Machine Learning And Big Data İn Finance: Opportunities, Challenges, And Implications For Policy Makers.
- Oecd. (2021b). *Business And Finance Outlook 2021: Aı İn Business And Finance*.
- Oecd. (2023). *Generative Artificial Intelligence İn Finance*. *Artificial Intelligence Papers*.
- Oecd. (2023). *Oecd Employment Outlook 2023 Artificial Intelligence And The Labour Market*.
- Oecd. (2024). *Oecd Aı Principles Overview*. *Oecd.Aı*: <https://oecd.ai/en/ai-principles> Adresinden 20.07.2024 Tarihinde Erişildi.
- Ostman, F., & Dorobantu, C. (2021). *Aı İn Financial Services*. *The Alan Turing Institute*.
- Özüdoğru, H., & Sönmez, S. S. (2021). Yapay Zekâ Ve Makine Öğreniminin Sigorta Sektörüne Etkisi. *Bankacılık Ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 45-53.
- Pressley, J. (2024). How Aı Can Help Banks Reduce Operational Costs. *Biztech Magazine*: <https://biztechmagazine.com/article/2024/03/how-ai-can-help-banks-reduce-operational-costs#:~:Text=Many%20financial%20institutions%20are%20leveraging,To%20a%202023%20nvidia%20survey> y. Adresinden 16.07.2024 Tarihinde Erişildi.
- Quinn, B. (2023). *Explaining Aı İn Finance: Past, Present, Prospects*. *Cornell University*.
- Shubhendu, S., & Vijaj, J. (2013). Applicability Of Artificial Intelligence İn Different Fields Of Life. *International Journal Of Scientific Engineering And Research*, 1(1), 28-35.
- Tierno, P. (2024). Artificial Intelligence And Machine Learning İn Financial Services. *Congressional Research Service*.
- Tschang, F., & Almrall, E. (2021). Artificial İntelligence As Augmenting Automation: Implications For Employment. *Academy Of Management Perspectives*.
- U.S. Department Of Commerce. (2023). *Artificial Intelligence Risk Management Framework*.

Van Der Burgt, J. (2019). General Principles For The Use Of Artificial Intelligence İn The Financial Sector. De Nederlandsche Bank.

Withers, I., & Junes, H. (2021). For Bank Regulators, Tech Giants Are Now Too Big To Fail. Reuters: <https://www.reuters.com/world/the-great-reboot/bank-regulators-tech-giants-are-now-too-big-fail-2021-08-20/> Adresinden 19.07.2024 Tarihinde Erişildi.

Zetsche, D., Arner, D., Buckley, R., & Tang, B. W. (2020). Artificial Intelligence İn Finance: Putting The Human İn The Loop. Legal Studies Reserach Paper, The University Of Hong Kong, Faculty Of Law.

Zhu, H., Vigren, O., & Söderberg, I.-L. (2024). Implementing Artificial İntelligence Empowered Financial Advisory Services: A Literature Review And Critical Research Agenda. Journal Of Business Research, 174, 2.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PERFORMANSININ VE İŞLETME YAŞAM DÖNGÜSÜNÜN FİNANSAL SIKINTI ÜZERİNE ETKİLERİ: BORSA İSTANBUL (BİST) SEKTÖR UYGULAMASI¹²

EFFECTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERFORMANCE AND BUSINESS LIFE CYCLE ON FINANCIAL DISTRESS: BORSA ISTANBUL (BIST) SECTOR APPLICATION

Sedef TÜRK * Metin ATMACA 

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 19.09.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024*

Öz

İşletmelerin alacaklılarına karşı yükümlülüklerini yerine getirememesi olarak ifade edilen finansal sıkıntı kavramı; içsel ve dışsal çevre koşullarından etkilenebilmektedir. Bu doğrultuda gerçekteştirilen çalışmada; işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performanslarının ve işletme yaşam döngüsü aşamalarının finansal sıkıntı üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmıştır. Literatürde benzer bir çalışmanın bulunmaması sebebi ile bu çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünölmektedir. Çalışmanın amacı çerçevesinde; BİST İmalat Sektöründe işlem gören 187 işletme çalışma evreni olarak belirlenmiştir. Ancak 33 işletmenin finansal ve finansal olmayan verilerine ulaşılamaması nedeniyle 154 işletmenin 2012-2021 yılları arasındaki verileri kullanılarak dinamik panel veri analizi gerçekteştirilmiştir. Analizler sonucunda; kurulan iki modelde işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performanslarının finansal sıkıntı düzeyleri üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile desteklenen işletmelerin yaşam döngülerinin de finansal sıkıntı üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca olgunluk aşamasında işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performanslarına göre finansal sıkıntı düzeylerinde farklılık olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletme Yaşam Döngüsü, Finansal Sıkıntı, BİST, İmalat Sektörü.

JEL Sınıflaması: G32, G33, M14, O16.

Abstract

The concept of financial distress, which is defined as the inability of businesses to fulfill their obligations to their creditors, can be affected by internal and external environmental conditions. Accordingly, this study aims to determine the impact of corporate social responsibility performances and business life cycle stages on financial distress. Since there is no similar study in the literature, it is thought that this study will make an important contribution to the literature. For this purpose, a total of 187 companies operating in the manufacturing sector of BIST were determined as the study population. However, due to the unavailability of financial and non-financial data of 33 companies, dynamic panel data analysis was conducted using the data of 154 companies between 2012 and 2021. As a result of the analyses, it has been determined that the corporate social responsibility performances of businesses in the two models established have an impact on the level of financial distress. It is concluded that the life cycles of businesses supported by corporate social responsibility performance also have an impact on financial distress. In addition, it was also concluded that there is a difference in the financial distress levels of businesses at the maturity stage according to their corporate social responsibility performances.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Business Life Cycle, Financial Distress, BIST, Manufacturing Sector.

JEL Classification: G32, G33, M14, O16.

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(4) , 382 - 398 / DOI: 10.29106/ fesa.1545658

² Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı'nda hazırlanmış olan "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Performansının ve İşletme Yaşam Döngüsünün Finansal Sıkıntı Üzerine Etkileri Borsa İstanbul (BİST) Sektör Uygulaması" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

* Öğr. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gelibolu Piri Reis Meslek Yüksekokulu, sedef.ozcan@comu.edu.tr. Çanakkale-Türkiye, ORCID ID: 0000-0002-0537-0962

** Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, matmaca20@comu.edu.tr. Çanakkale-Türkiye, ORCID ID: 0000-0002-4883-4990.

1. Giriş

Bireylerin yaşamlarında sağlıklı olabilmeleri, fiziksel olarak dinç grnebilmeleri ve kendilerini iyi hissedebilmeleri için uzmanlar; spor yapmaları gerektiği konusunda sürekli önerilerde bulunmaktadır. İşletmelerin de sağlıklı olarak faaliyetlerini yürütebilmeleri amacıyla kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) girişimlerinde bulunmaları alandaki uzmanlar tarafından önerilmektedir. Çünkü böyle bir girişim, yıllık raporlarda ve haberlerde; olası müşterilere, yatırımcılara, mali analizcilere, çalışanlara vb. kişi ve kuruluşlara işletme ile ilgili iyi bir imaj oluşturmaya yardımcı olmaktadır. KSS faaliyetlerinin hem toplum için hem de işletmenin marka imajı oluşturarak yüksek kr elde edebilmesi için katkı sağladığı açıkça görülen bir gerçektir (Kotler ve Lee, 2017: 10). Bu açıdan 1980’li yıllardan itibaren işletmelerin ekonomik faaliyetlerinin yanında sosyal sorumluluk faaliyetlerinin de değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmaya başlanmıştır. Günümüzde sosyal sorumluluk ilkesine uygun olarak hareket eden işletmeler, uzun vadede ülke ekonomisine, doğal çevreye ve topluma fayda sağlamaktadır ve işletme başarıları bu fayda düzeyi ile ölçülmektedir. Bu açıdan işletmeler, faaliyetlerini gerçekleştirirken çevreye ve topluma karşı sorumlu olduklarını unutmadan hareket ederlerse uzun vadede kendilerine fayda yaratabilmektedir (Başar, 2014: 59).

KSS kavramının temelinde yatan düşünce toplumun refah düzeyini yükseltmenin yanında topluma zarar vermeksizin yapılan faaliyetlerin de var olmasıdır. Kurumsal sorumluluk kapsamında işletmeler, faaliyetleri sonucu sağladıkları kazançlar ile paydaşları için eğitim, sağlık, doğal çevrenin korunması gibi konularda faaliyetler yürüterek toplumun refah düzeyini yükseltecek şekilde davranışlar sergilemelidir. Bu şekilde işletmeler itibar kazanabilir ve sürekli zorlaşan rekabet ortamında ayakta kalabilmek adına stratejik bir güç unsuru elde edebilmektedir. Bu açıdan işletmeler, hedef kitlelerinin algılarında pozitif bir ivme kazanmak amacıyla sosyal sorumluluk çalışmalarında bulunmaktadır (Sakarya vd., 2014: 2).

KSS, işletmeler için ekonomik faaliyetlerin ötesinde gönüllü olarak topluma ve çevreye faydalı olacak faaliyetlerde bulunma rolünü ifade etmektedir. KSS genellikle bir işletmenin sürdürülebilir büyüme hedefi doğrultusunda toplumu ve çevreyi koruyacak önlemler olarak üretimde bulunma olarak bilinmektedir. Ancak bu son derece eksik bir tanımdır. Çünkü bir işletmenin çevreye ve topluma karşı sorumlulukların yanında doğrudan veya dolaylı olarak ilişki içerisinde olduğu ve işletme kararlarından veya faaliyetlerinden etkilenebilecek tüm paydaşlara karşı sorumluluğu bulunmaktadır. Bu açıdan KSS, bir işletmenin hem iç hem de dış çevresindeki tüm paydaşlarına karşı etik ve sorumlu davranması ve paydaşlarını düşünerek kararlar alması ve uygulaması şeklinde tanımlanabilir. KSS kavramı, kurumsal yönetim anlayışının bir parçası olarak gönüllülük esasına dayanmaktadır. KSS çerçevesinde işletmeler, sosyal ve çevresel alanlara olan etkilerini satın alma, üretim ve araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) gibi her aşamadaki işletme faaliyetinde dikkate almalıdır. Böylelikle KSS, işletme krlılığına da katkısı olan temel iş değeri ve stratejisi olarak değerlendirilmektedir (Aktan ve Br, 2007: 7). Günümüzde stratejik rekabet aracı olarak kullanılan KSS faaliyetleri ile ilgili harcamalar, işletmelerin olgunluk düzeylerine göre değişebilmektedir. Bu durum, işletmelerin çeşitli aşamalarda farklı özelliklere sahip olduğu ve bu açıdan farklı aşamalarda uygulanan stratejilerin ve performans ölçütlerinin de farklı olduğu hipotezi üzerine kurulmuş yaşam döngüsü kavramı ile bağdaşmaktadır (Kallunki ve Silvola, 2008: 64).

Yaşam döngüsü kavramı; pazarlama ve mikroekonomi alanlarından geliştirilerek özellikle piyasaya sunulan ürünlerin yaşam seyri süresince nasıl hareket ettiğini ve hangi süreçlerden geçtiğini esas almaktadır. İşletmelerin piyasaya sunulan ürünler ile ilgili farklı yaşam eğrisi aşamalarında fiyatlandırma, satış tutundurma çabaları ve dağıtım gibi stratejik kararlarında etkili olan bu döngü; işletmeler için de 1960’lı yıllardan itibaren muhasebe ve finans literatüründe işletme yaşam döngüsü olarak incelenmeye başlanmıştır. İşletmelerin tıpkı ürünler gibi farklı yaşam döngüsü aşamalarından geçtiğini ve farklı aşamalarda yer alan işletmelerin farklı özellikleri ve stratejileri olduğu bu teorinin çıkış noktasıdır (Güleç, 2017a: 19). Bu teoriye göre işletmelerin her bir yaşam döngüsü aşamasında yatırım ve finansman faaliyetleri ile ilgili stratejileri, kaynakları, örgütsel yetenekleri ve risk stlenebilirliği farklılaşmaktadır. İşletmeler; başlangıç aşamasından başlayarak büyüme, olgunluk ve düşüş olmak üzere dört aşamaya sahip olabilmektedir (Helfat ve Peteraf, 2003: 1000).

Yaşam döngüsünün başlangıç aşamasında işletmeler; pazara yeni giriş yapmış ve daha çok sahiplerinin hakimiyetinde olmaları sebebi ile basit ve gayri resmi organizasyon yapılarına sahiptir. Başlangıç aşamasındaki işletmeler, finansal açıdan gelişme sürecinde olduğu için diğer aşamalardan farklı olarak işletme riskleri daha yüksektir. İşletme büyüklükleri ile ilgili değişkenler incelendiğinde; bu aşamada işletmelerin toplam aktifleri, toplam satışları ve piyasa değerlerine göre işletmeler diğer aşamalara kıyasla daha düşük değerlere sahiptir. (Helfat ve Peteraf, 2003: 1000). Büyüme aşamasındaki işletmeler; hızla büyüyen örgüt yapısı ve niş pazarın genişlemesiyle karakterize edilmektedir. Büyüme aşamasındaki işletmeler, pazar paylarını ve ürün taleplerini arttırmaya odaklanmaktadır. Bu açıdan işletmelerin faaliyetlerinden kaynaklanan nakit akışları göreceli olarak pozitif olmaktadır. Bu aşamada işletmelerin yatırımları artmakta ve bu yatırımlardan elde edilen krlarda da artış

yaşanmaktadır. İşletmelerin yatırım gerçekleştirmesi ile ilgili finansman ihtiyacı da artmaktadır (Başdaş, 2020: 48). Bir diğer aşama olan olgunluk aşamasındaki işletmelerde varlıkların kullanım alanları ve büyüme fırsatları daha fazla olmaktadır. Bu aşamadaki işletmelerde büyüme oranı düşük veya orta düzeyde iken nakit ve finansman ihtiyacı içsel kaynaklardan sağlanmaktadır. İşletmeler, genişleme stratejisi uygulayarak farklı bölgelerde aynı büyüklükteki ve benzer özellikteki üretim tesislerini inşa edebilmektedir. Bu aşamada da işletmeler büyüme fırsatlarına sahiptir (Güleç, 2017a: 23). Düşüş aşamasındaki işletmelerin ise büyüme fırsatları çok sınırlıdır. Ayrıca piyasa rekabet koşulları son derece yüksek iken işletmelerin pazar payı düşmekte ve genişleme stratejisi daha az kâr yaratmaktadır. Bu aşamada olan işletmelerin birçoğu iflas etmektedir. Ancak bir kısmı da iflas etmek veya başarısız olmak gibi bir sona sahip olmayabilmektedir. İşletmeler, yeni ürün üretmek için yatırım yaparak, yeni teknolojiler transfer edip üretim, hizmet anlayışlarını değiştirerek tekrardan büyüme veya olgunluk aşamalarına geçiş yapıp iflas etmekten kurtulabilmektedir (Güleç, 2017a: 24).

İşletmelerin yaşam döngülerindeki risk durumları esas alındığında her aşamada karşılaşılan finansal sıkıntı riski farklılık gösterebilmektedir. Finansal sıkıntı kavramı; işletmelerin vadeli yükümlülüklerini yerine getirememesi veya ihraç edilen menkul kıymetlere ilişkin ödemelerin temerrüde düşmesi ile ilgilidir. Finansal sıkıntı, işletmelerin faaliyetlerine ilişkin nakit akışlarının cari yükümlülüklerini karşılayamamasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca finansal sıkıntı içerisinde olan bir işletme, faaliyetlerini sürdürme ile ilgili riske sahip olmaktadır. Finansal sıkıntı dönemlerinde temettü ödemelerinde azalma, fabrika kapatma, zarar etme, işten çıkarma, üst yönetici istifaları, pay senedi fiyatlarının hızlı düşmesi gibi birçok sorun söz konusu olabilmektedir (Ağırman, 2018: 409).

Finansal sıkıntı, işletmenin finansal kaldıraç derecesinin aşırı yüksek olması ile ilgilidir. Kredi alacaklılarına karşı ödemelerin yerine getirilmediği veya ödemede güçlükle karşılaşıldığı zamanlarda finansal sıkıntı durumu ortaya çıkmaktadır. Bu durum, işletmelerin sıkıntıya girmelerine, problemlerle karşılaşmalarına, hedeflere ulaşamamalarına, kısa vadeli borç yükümlülüklerini yerine getirememelerine ve iflas etmelerine yol açabilmektedir (Özkanlı, 2011: 24).

Finansal sıkıntı, işletmelerin sermaye yapısı, yatırım politikası ve performansı üzerinde etkisi olan uzun dönemli bir süreçtir. Bu açıdan birçok model kullanılarak işletmelerin gelecek ile ilgili finansal sıkıntı yaşayıp yaşamayacağı üzerine tahminler yapılabilmektedir. Finansal tablolarda yer alan kalemlerin birbirleri ile oranlanması ve tablolarda yer alan finansal bilgilerin karşılaştırılması ile elde edilen oranlar, işletmelerin finansal sıkıntı sürecinde olup olmadıkları hakkında bilgi vermektedir. Özellikle işletmeler ile ilgili nakit akış ve borçlanma oranları finansal sıkıntının en önemli göstergeleridir. Çünkü finansal sıkıntı; işletmelerin nakit akışlarının cari yükümlülüklerini karşılamada yetersiz olması ile ilgili bir kavramdır (Kulalı, 2014: 155).

Yukarıda tanımları ile birlikte ilgili literatür çalışmaları da göz önünde bulundurularak KSS performansının ve işletme yaşam döngüsünün finansal sıkıntı üzerine etkilerinin söz konusu olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı; KSS ve işletme yaşam döngüsünün finansal sıkıntı üzerine etkisini tespit etmektir. Çalışma amacı çerçevesinde bağımsız değişken olarak KSS ve işletme yaşam döngüsü kavramları; bağımlı değişken olarak ise finansal sıkıntı kavramı belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda ilgili literatür incelendiğinde KSS, işletme yaşam döngüsü ve finansal sıkıntı kavramları; genel olarak birbirinden ayrı olarak çalışmalara konu olmuştur. Bu çalışmada ise bahsi geçen kavramlar birbiri ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Bu açıdan gerçekleştirilen çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Literatür Taraması

KSS, işletme yaşam döngüsü ve finansal sıkıntı konuları işletme literatüründe önemli konular arasında yer almaktadır. Çalışma kapsamına dahil edilen bu kavramları birbiri ile ilişkilendiren ya da ilişkilendirmeyen literatürdeki çalışmalar bu kısımda ele alınmıştır.

Çalışmanın bağımsız değişkenlerinden biri olan KSS performansı ulusal ve uluslararası uygulamalarda kurumsal yönetim ilkeleri kapsamında irdelenmektedir. Bu açıdan sosyal sorumluluk kavramının literatürde birçok çalışmaya konu olduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen çalışmalarda; KSS performansı ile işletmelerin finansal sıkıntı riski veya finansal performansı arasındaki ilişkinin var olup olmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. (Friedman, 1970; Aupperle vd., 1985; Goss ve Roberts, 2011; Becchetti vd., 2012; Erhemjamts vd., 2013; Li vd., 2013; Mishra ve Modi, 2013; Başar, 2014; Cheng vd., 2014; Hogan vd., 2014; Sun ve Cui, 2014; Chetty vd., 2015; Çelik vd., 2016; Duran vd., 2017; Adinata, 2019; Gülcan ve Dalgat, 2019; Zheng vd., 2019; Boubaker, 2020; Jawed vd., 2020; Horasan ve Tazegül, 2021; Öcek vd., 2021).

Literatürdeki çalışmaların bir kısmında KSS performansı ile finansal performans arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır (Friedman, 1970; Aupperle vd., 1985; Becchetti vd., 2012; Erhemjamts vd., 2013; Li vd., 2013; Başar, 2014; Hogan vd., 2014; Chetty vd., 2015; Çelik vd., 2016; Duran vd., 2017; Gülcan ve Dalgat, 2019; Horasan ve Tazegül, 2021). Gerçekleştirilen bu çalışmalardan Gülcan ve Dağlar (2019); Hogan vd. (2014), Erhemjamts vd. (2013); Li vd. (2013); Becchetti vd. (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda işletmelerin KSS performansları ile finansal performansı arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Aupperle

vd. (1985); Friedman (1970) ve Başar (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda ise işletmelerin KSS performansları ile finansal performansı arasında negatif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Horasan ve Tazegül (2021), elik vd. (2016) ve Chetty vd. (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda ise KSS performansı ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Literatürdeki diğer çalışmalarda ise KSS performansı ile finansal sıkıntı arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışmıştır (Goss ve Roberts, 2011; Mishra ve Modi, 2013; Cheng vd., 2014; Sun ve Cui, 2014; Adinata, 2019; Zheng vd., 2019; Boubaker, 2020; Jawed vd., 2020; Öcek vd., 2021). Öcek vd. (2021); Boubaker (2020); Adinata (2019); Zheng vd. (2019); Cheng vd. (2014); Sun ve Cui (2014); Mishra ve Modi (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda işletmelerin KSS performansları ile finansal sıkıntı durumları arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Jawed vd. (2020), ve Goss ve Roberts (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda ise KSS performansı ile finansal sıkıntı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Çalışmanın bir diğer bağımsız değişkeni olan işletme yaşam döngüsü ile finansal sıkıntı kavramlarına ilişkin finans literatürü incelendiğinde birçok çalışmanın mevcut olduğu görülmüştür (Elsayed ve Paton, 2009; Ormani vd., 2011; Rocca vd., 2011; Jablonski ve Jablonski, 2016; Diebecker vd., 2017; Al-Hadi vd., 2019; Söyler, 2019; Amin ve Salehnezhad, 2020; avlak ve Yılmaz, 2020; Tascon vd., 2021; Akbar vd., 2022; Düzer, 2023). Gerçekleştirilen bu çalışmalarda işletmelerin yaşam döngüleri ile finansal performansları veya finansal sıkıntı durumları arasında bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıda tanımlar ile birlikte ilgili literatürdeki çalışmalarda değinilen KSS, işletme yaşam döngüsü ve finansal sıkıntı kavramları; genel olarak birbirinden ayrı Şekilde ele alınmaktadır. Bu çalışmada ise bahsi geçen kavramlar birbiri ile ilişkilendirilerek ele alınmış ve çalışmanın amacı belirlenmiştir.

3. Metodoloji

Çalışmada işletmelerin KSS performanslarının ve buldukları yaşam döngülerinin finansal açıdan sıkıntı yaşama düzeylerini etkileyip etkilemediğini tespit etmek istenmiştir. Bu amaç çerçevesinde kurumsal sosyal sorumluluk performansı ve işletme yaşam döngüsü bağımsız değişken olarak; finansal sıkıntı ise bağımlı değişken olarak çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Bağımsız ve bağımlı değişkenlere ek olarak sekiz adet kontrol değişkeni çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Çalışma kapsamında yer alan bağımsız ve bağımlı değişkenler ile kontrol değişkenleri ile ilgili zet bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Değişkenlere Yönelik zet Bilgiler

Değişken Adı	Kısaltması	Formülü
Bağımsız Değişkenler		
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	KSS	Yer vermişse “1” vermemişse “0”
İşletme Yaşam Döngüsü Modeli	LIFE1	Dağıtılmamış Krlar / Toplam Varlıklar
	LIFE2	Dağıtılmamış Krlar / Toplam zkaynaklar
Etkileşim Değişkeni	INT1	KSS * LIFE1
	INT2	KSS * LIFE2
Bağımlı Değişken		
Altman Z Skoru	ALT	$0,012 X_1 + 0,014X_2 + 0,033X_3 + 0,006X_4 + 0,999X_5$
Berger Vazgeçme Opsiyonu Oranı	BER	$[(0,715 * Alacaklar) + (0,547 * Stoklar) + (0,535 * Maddi Duran Varlıklar)] / Toplam Varlıklar$
Varlık Somutluğu Oranı	ALM	$[\text{Nakit vb.} + (0,715 * Alacaklar) + (0,547 * Stoklar) + (0,535 * Maddi Duran Varlıklar)] / Toplam Varlıklar$
Kontrol Değişkenleri		
Kaldıraç Oranı	KLDRC	Top. Borç. / Top. Var.
Ar-Ge Yoğunluğu Oranı	ARGE	Ar-Ge Giderler / Toplam Varlıklar
Nakit Varlık Oranı	NAKIT	Nakit vb. / Top. Var.
Varlık Getirisi Oranı	VRLK	Kr / Top. Var.
Likit Oran	LIKIT	(Nakit vb. + Alac.) / Cari Borç.
Zarar Durumu	ZAR	Zarar ettiyse “1” etmediyse “0”
İşletme Büyüklüğü	LOGBYK	Toplam Varlıklar
Alt Sektör	DUMSEK	Endüstri etkisini kontrol etmek için kukla değişken
X ₁ : Net İşletme Sermayesi / Toplam Varlıklar		X ₂ : Dağıtılmayan Krlar / Toplam Varlıklar
X ₃ : Faiz ve Vergi ncesi Kr / Toplam Varlıklar		X ₄ : z Kaynağın Piyasa Değeri / Toplam Borçlar
		X ₅ : Net satışlar / Toplam Varlıklar

Tablo 1’de görüleceği üzere bağımsız değişkenlerden biri olan kurumsal sosyal sorumluluk performansının belirlenmesinde ISO 26000 Sosyal Sorumluluk Rehberi Standardı kriterleri esas alınmış ve raporlarda ilgili kriterlerden her birinin varlığı halinde “1” yokluğu halinde “0” katsayısı kullanılarak derecelendirme

gerçekleştirilmiştir. İşletme yaşam döngüsü aşamalarının belirlenmesinde; işletmelerin kendilerini otofinansman yoluyla mı yoksa dış kaynaklardan mı finanse ettiklerini ve temettü ödeyebilme durumlarını tespit etmek amacıyla geliştirilen DeAngelo vd. (2006) modeli kullanılmıştır. Finansal sıkıntı tahminlemede ise Altman Z Skoru modelinin yanında Berger vd. (1999) ile Almeida ve Campello (2007) tarafından oluşturulan tahmin modelleri kullanılmıştır. Kontrol değişkenleri içerisinde ilk sırada yer alan kaldıraç oranı işletmelerin borçluluk düzeyinin tespit edilmesi ve işletmelerin finansal sıkıntı yaşamalarında borçlarını ödeyip ödeyememelerinin belirlenebilmesi için modele dahil edilmiştir. Ar-Ge yoğunluğu oranı; işletmelerin Ar-Ge harcamalarını kontrol etmektedir. Literatürdeki Al-Hadi vd., (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Ar-Ge harcaması yapan işletmelerin sermayesi yoğun olan işletmelere göre finansal sıkıntı yaşama risklerinin daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Bu doğrultuda ilgili varsayımı tespit edebilmek adına Ar-Ge yoğunluğu oranı modele dahil edilmiştir. Nakit varlık ve likidite oranları; işletmelerin finansal sıkıntı dönemlerinden kurtulabilme yeteneklerini kontrol etmek amacıyla modele dahil edilmiştir. Varlık getirisi oranı ve zarar durumu değişkenleri ise işletmelerin kârlılığını kontrol etmek amacıyla modele dahil edilirken; alt sektör değişkeni farklı alt sektörler arasında finansal sıkıntı açısından farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla modele dahil edilmiştir. Alt sektör kukla değişkeni için dokuz alt sektörden biri olan Metal Eşya Makine Elektrikli Cihazlar ve Ulaşım Araçları alt sektörü baz alınmıştır. İşletme büyüklüğü ile ilgili toplam varlıkların modele dahil edilmesinin sebebi ise daha fazla toplam varlığa sahip işletmelerin kaynak sağlama, rekabetle başa çıkma gibi açılardan daha başarılı olacağı düşüncesidir. Bu açıdan toplam varlıkları fazla olan işletmelerin finansal sıkıntı süreçleri ile daha iyi baş edebileceği düşünülmektedir. İşletme büyüklüğü değişkeninin değerlerinin diğer değişkenlerin değerlerine göre daha büyük olması sebebiyle değişkenin logaritması alınmış ve veri setleri birbirine eşitlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi test edebilmek adına dokuz adet temel hipotez kurulmuştur. KSS faaliyetlerinin işletmelerin finansal sıkıntıya maruz kalma düzeyini azaltacağı düşünülmektedir ve bu doğrultuda çalışmada **H₁**, **H₂** ve **H₃** hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₁: Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile finansal sıkıntı (ALT) arasında bir ilişki vardır.

H₂: Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile finansal sıkıntı (BER) arasında bir ilişki vardır.

H₃: Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile finansal sıkıntı (ALM) arasında bir ilişki vardır.

İşletme yaşam döngüsü aşamalarındaki işletmelerin finansal sıkıntı düzeylerinin farklılık göstereceği düşünülmektedir ve buna göre **H₄**, **H₅**, **H₆**, **H₇**, **H₈** ve **H₉** hipotezleri oluşturulmuştur.

H₄: İşletme yaşam döngüsü ve finansal sıkıntı (ALT) arasında bir ilişki vardır.

H₅: İşletme yaşam döngüsü ve finansal sıkıntı (BER) arasında bir ilişki vardır.

H₆: İşletme yaşam döngüsü ve finansal sıkıntı (ALM) arasında bir ilişki vardır.

H₇: Olgun yaşam aşamasındaki işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk performansı ve finansal sıkıntı (ALT) arasındaki ilişki artmaktadır.

H₈: Olgun yaşam aşamasındaki işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk performansı ve finansal sıkıntı (BER) arasındaki ilişki artmaktadır.

H₉: Olgun yaşam aşamasındaki işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk performansı ve finansal sıkıntı (ALM) arasındaki ilişki artmaktadır.

Oluşturulan hipotezlerin test edilebilmesi için evren olarak BİST İmalat Sektöründe yer alan 187 işletme çalışma kapsamına dahil edilmiştir. 187 işletme ile ilgili finansal tablolar, faaliyet raporları, entegre raporlar, sürdürülebilirlik raporları ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporları incelenerek veriler elde edilmiştir. Ancak 33 işletmenin yeni halka arz olmaları veya sistemli bir şekilde kurumsal faaliyetleri ile ilgili bilgilerini yayımlamamaları sebebiyle analizler; 154 işletmenin 2012-2021 yılları ile ilgili finansal ve finansal olmayan verileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. İşletmeler ile ilgili finansal veriler, işletmelerin Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) aracılığıyla yayınladıkları finansal tabloları ile Finnet ve Fintables mali analiz programlarından elde edilmiştir. Finansal olmayan veriler ise işletmelerin her yıl düzenli olarak yayınladıkları faaliyet, sürdürülebilirlik, entegre ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporlarından elde edilmiştir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda kurulan hipotezleri test etmek amacıyla toplamda altı adet dinamik panel veri modeli oluşturulmuştur. KSS performansı ve finansal sıkıntı değişkenleri arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi amacıyla kurulan **H₁**, **H₂** ve **H₃** hipotezlerini test etmek için finansal sıkıntı değişkenleri kullanılarak oluşturulan Model 1, Model 2 ve Model 3 aşağıdaki gibidir.

$$\text{Model 1: } ALT_{it} = \beta_0 + \beta_1 ALT_{it-1} + \beta_2 KSS_{it} + \beta_3 KLDRC_{it} + \beta_4 ARGE_{it} + \beta_5 NAKIT_{it} + \beta_6 VRLK_{it} + \beta_7 LİKİT_{it} + \beta_8 ZARAR_{it} + \beta_9 LOGBYK_{it} + \beta_{10} DUMSEK_{it} + \beta_{11} YİL_{it} + e_{it}$$

Model 2: $BER_{it} = \gamma_0 + \gamma_1 BER_{it-1} + \gamma_2 KSS_{it} + \gamma_3 KLDRC_{it} + \gamma_4 ARGE_{it} + \gamma_5 NAKIT_{it} + \gamma_6 VRLK_{it} + \gamma_7 LIKIT_{it} + \gamma_8 ZARAR_{it} + \gamma_9 LOGBYK_{it} + \gamma_{10} DUMSEK_{it} + \gamma_{11} YIL_{it} + \varepsilon_{it}$

Model 3: $ALM_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ALM_{it-1} + \alpha_2 KSS_{it} + \alpha_3 KLDRC_{it} + \alpha_4 ARGE_{it} + \alpha_5 NAKIT_{it} + \alpha_6 VRLK_{it} + \alpha_7 LIKIT_{it} + \alpha_8 ZARAR_{it} + \alpha_9 LOGBYK_{it} + \alpha_{10} DUMSEK_{it} + \alpha_{11} YIL_{it} + u_{it}$

Çalışmada işletme yaşam döngüsü ve finansal sıkıntı arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi amacıyla kurulan **H₄**, **H₅** ve **H₆** hipotezleri ile yaşam döngüsü aşamalarına göre KSS performansı ve finansal sıkıntı arasındaki ilişkinin değişip değişmediğinin tespit edilebilmesi amacıyla kurulan **H₇**, **H₈** ve **H₉** hipotezlerini test etmek için üç model kurulmuştur. Çalışma amacı doğrultusunda kurulan hipotezleri test etmek için finansal sıkıntı değişkenleri kullanılarak oluşturulan Model 4, Model 5 ve Model 6 aşağıdaki gibidir.

Model 4: $ALT_{it} = \beta_0 + \beta_1 ALT_{it-1} + \beta_2 KSS_{it} + \beta_3 INT1_{it} + \beta_4 INT2_{it} + \beta_5 KLDRC_{it} + \beta_6 ARGE_{it} + \beta_7 NAKIT_{it} + \beta_8 VRLK_{it} + \beta_9 LIKIT_{it} + \beta_{10} ZAR_{it} + \beta_{11} LOGBYK_{it} + \beta_{12} DUMSEK_{it} + \beta_{13} YIL_{it} + e_{it}$

Model 5: $BER_{it} = \gamma_0 + \gamma_1 BER_{it-1} + \gamma_2 KSS_{it} + \gamma_3 INT1_{it} + \gamma_4 INT2_{it} + \gamma_5 KLDRC_{it} + \gamma_6 ARGE_{it} + \gamma_7 NAKIT_{it} + \gamma_8 VRLK_{it} + \gamma_9 LIKIT_{it} + \gamma_{10} ZAR_{it} + \gamma_{11} LOGBYK_{it} + \gamma_{12} DUMSEK_{it} + \gamma_{13} YIL_{it} + \varepsilon_{it}$

Model 6: $ALM_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ALM_{it-1} + \alpha_2 KSS_{it} + \alpha_3 INT1_{it} + \alpha_4 INT2_{it} + \alpha_5 KLDRC_{it} + \alpha_6 ARGE_{it} + \alpha_7 NAKIT_{it} + \alpha_8 VARLIK_{it} + \alpha_9 LIKIT_{it} + \alpha_{10} ZAR_{it} + \alpha_{11} LOGBYK_{it} + \alpha_{12} DUMSEK_{it} + \alpha_{13} YIL_{it} + u_{it}$

Modellerde her bir β , γ ve α parametresi, tahmin edilen ilgili değişkenlerin katsayılarını gösterirken; *i* indisi, panel birimini, *t* indisi ise zaman serilerini temsil etmektedir. Her parametredeki *it* – 1 indisi ise bağımlı değişkenlerin gecikmeli değerini; e_{it} , ε_{it} ve u_{it} parametreleri ise modeller için gerçek değer ile tahminlenen değer arasındaki farkları gösteren hata terimlerini ifade etmektedir.

Çalışmada işletmelerin KSS performansı ve işletme yaşam döngüsü ile finansal sıkıntı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını, bu ilişkinin yönünün ve derecesinin ne şekilde olduğunu ortaya koyabilmek adına panel veri analizi gerçekleştirilmiştir. Dinamik panel modellerinin değişkenler arası korelasyon, çoklu bağlantı problemi, içsellik-dışsallık ve otokolerasyon açısından test edilmesinin ardından modeller ile ilgili tahminlemeler gerçekleştirilmiş ve bunun için İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM) tahminleme modeli kullanılmıştır.

4. Bulgular

BİST İmalat Sektörü'ndeki işletmelerin KSS performansları ve işletme yaşam döngüsü aşamaları ile finansal sıkıntı düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik gerçekleştirilen bu çalışmada; öncelikle analiz için kurulan modellerde yer alan bağımlı, bağımsız, kontrol ve etkileşim değişkenlerin temel özelliklerini incelemek amacıyla temel istatistik analizler gerçekleştirilmiştir. Bu değişkenler ile ilgili tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Değişkenlere Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKEN KODLARI	GÖZLEM SAYISI	ORTALAMA	STANDART SAPMA	MINIMUM DEĞER	MAKSİMUM DEĞER
ALT	1540	0.986	1.970	0.022	75.015
BER	1540	0.439	0.116	0.024	2.480
ALM	1540	0.526	0.118	0.100	2.638
KSS	1540	0.572	0.284	0.000	1.000
LIFE1	1540	0.099	0.129	-0.002	0.653
LIFE2	1540	0.204	0.316	-2.543	7.809
KLDRC	1540	0.548	0.400	0.017	8.674
ARGE	1540	0.006	0.049	0.000	1.469
NAKIT	1540	0.154	1.953	0.000	74.971
VRLK	1540	0.127	1.047	-3.700	22.455
LIKIT	1540	1.695	5.277	0.005	130.002
ZAR	1540	0.264	0.441	0.000	1.000
LOGBYK	1540	19.751	1.789	15.095	25.563
DUMSEK	1540	0.195	0.396	0.000	1.000
INT1	1540	0.064	0.091	0.000	0.513
INT2	1540	0.138	0.255	-1.650	6.965

Değişkenlere yönelik tanımlayıcı istatistiklerin yer aldığı Tablo 2 incelendiğinde; her bir değişken için 1.540 gözlem olduğu görülmektedir. Buradan hareketle veri setinin dengeli panel veri seti olduğu söylenebilir. Bağımlı değişkenlerin (ALT, BER, ALM) ortalamalarının sırasıyla 0.986, 0.439 ve 0.526; standart sapmalarının sırasıyla

1.97, 0.116 ve 0.118; minimum değerlerinin sırasıyla 0.022, 0.024 ve 0.100; maksimum değerlerinin ise 75.015, 2.48 ve 2.638 olduğu görülmektedir. Bağımsız değişkenlerin (KSS, LIFE1, LIFE2) ortalamalarının sırasıyla 0.572, 0.099 ve 0.204; standart sapmalarının sırasıyla 0.284, 0.129 ve 0.316; minimum değerlerinin sırasıyla 0.000, -0.002 ve -2.543; maksimum değerlerinin ise 1.000, 0.653 ve 7.809 olduğu görülmektedir. Kontrol değişkenlerinin (KLDRC, ARGE, NAKIT, VRLK, LIKIT, ZAR, LOGBYK, DUMSEK) ortalamalarının sırasıyla 0.548, 0.006, 0.154, 0.127, 1.695, 0.264, 19.751 ve 0.195; standart sapmalarının sırasıyla 0.400, 0.049, 1.953, 1.047, 5.277, 0.441, 1.789 ve 0.396; minimum değerlerinin sırasıyla 0.017, 0.000, 0.000, -3.700, 0.005, 0.000, 15.095 ve 0.000; maksimum değerlerinin ise 8.674, 1.469, 74.971, 22.455, 130.002, 1.000, 25.563 ve 1.000 olduğu görülmektedir. Etkileşim değişkenlerinin (INT1 ve INT2) ise ortalamalarının sırasıyla 0.064 ve 0.138; standart sapmalarının sırasıyla 0.091 ve 0.255; minimum değerlerinin sırasıyla 0.000 ve -1.650; maksimum değerlerinin ise 0.513 ve 6.965 olduğu görülmektedir.

Çalışmada tanımlayıcı istatistikler ile ilgili incelemeler gerçekleştirildikten sonra bağımsız değişkenler arasında korelasyonun yüksek olması sebebiyle oluşabilecek bazı hesaplama hatalarını, sonuçların tutarsızlığını ve katsayı değerlerinin yanlış hesaplanmasını önlemek amacıyla değişkenler arasındaki ilişkinin analizi için korelasyon testi gerçekleştirilmiştir. Değişkeler arasındaki korelasyon ilişkisi ile ilgili matris Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Değişkenler Arasındaki Korelasyon İlişkisi ile İlgili Matris

Değişkenler	ALT	BER	ALM	KSS	LIFE1	LIFE2	KLDRC	ARGE	NAKIT	VRLK	LIKIT	ZAR	LOG BYK	DUM SEK	INT1	INT2
ALT	1.000															
BER	0.065	1.000														
ALM	0.105	0.620	1.000													
KSS	-0.009	-0.120	0.021	1.000												
LIFE1	0.018	-0.071	0.090	0.204	1.000											
LIFE2	0.011	-0.058	0.064	0.237	0.607	1.000										
KLDRC	0.042	0.087	-0.052	-0.028	-0.304	-0.099	1.000									
ARGE	0.000	0.001	0.000	0.000	-0.035	-0.032	0.022	1.000								
NAKIT	-0.009	-0.090	-0.060	-0.020	-0.014	-0.012	-0.029	0.007	1.000							
VRLK	0.016	0.013	0.028	-0.011	-0.007	-0.022	0.015	0.079	-0.014	1.000						
LIKIT	0.002	-0.063	0.035	-0.046	0.046	-0.008	-0.117	0.241	0.004	0.652	1.000					
ZAR	-0.061	0.099	-0.101	-0.157	-0.235	-0.142	0.186	0.038	0.045	-0.129	-0.053	1.000				
LOGBYK	-0.036	-0.178	-0.055	0.589	0.187	0.282	0.030	-0.076	-0.024	-0.038	-0.111	-0.206	1.000			
DUMSEK	0.034	-0.035	0.086	0.121	-0.023	0.000	0.040	0.013	-0.004	-0.017	-0.002	-0.046	0.086	1.000		
INT1	0.017	-0.101	0.046	0.453	0.877	0.561	-0.249	-0.032	-0.013	-0.006	0.028	-0.208	0.306	-0.010	1.000	
INT2	0.009	-0.083	0.031	0.380	0.474	0.945	-0.055	-0.027	-0.009	-0.020	-0.016	-0.108	0.341	0.016	0.574	1.000

Tablo 3'te yer alan korelasyon matrisi incelendiğinde; değişkenler arasından INT1 ve INT2 değişkenleri ile LIFE1 ve LIFE2 değişkenleri arasındaki yüksek korelasyon ilişkisinin olduğu görülmektedir. Bu değişkenler dışında diğer değişkenlerin kabul edilebilir değer olan 0.80 değerinin (Gujarati, 2009: 320) altında korelasyon ilişkisi değerlerini aldığı görülmektedir. INT1 ile LIFE1 arasındaki korelasyon katsayısı 0.877 iken; INT2 ile LIFE2 arasındaki korelasyon katsayısı 0.945 olarak gerçekleşmiştir. Korelasyon sonuçlarına göre LIFE1 ve LIFE2 değişkenlerinin hem kendi içlerinde hem de sırasıyla INT1 ve INT2 değişkenleriyle yüksek korelasyona sahip olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle sahte katsayı değerleri sorununa yol açmamak amacıyla LIFE1 ve LIFE2 değişkenleri modelden çıkarılmış ve Model 4, Model 5 ve Model 6 ile ilgili analizler bu durum dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada H_1 , H_2 ve H_3 hipotezlerini test etmek için kurulan Model 1, Model 2 ve Model 3 ile ilgili değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorunu olup olmadığını test etmek amacıyla VİF testi gerçekleştirilmiştir. Model 1, Model 2 ve Model 3'te kullanılan bağımsız değişkenlerin aynı olması sebebiyle klasik etkiler modeli için test yapılmıştır. VİF testi ile ilgili bulgular, Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Model 1, Model 2 ve Model 3 ile İlgili Varyans Büyütme Faktörü (VİF) Testi Bulguları

DEğİŞKENLER	VİF	1/VİF
LIKİT	1.94	0.514
VRLK	1.83	0.545
LOGBYK	1.60	0.625
KSS	1.55	0.643
ZAR	1.12	0.893
KLDRC	1.10	0.919
ARGE	1.08	0.922
DUMSEK	1.02	0.980
NAKİT	1.00	0.996
ORTALAMA VİF	1.36	

Tablo 4 incelendiğinde; Model 1, Model 2 ve Model 3'te kullanılan bağımsız değişkenlerin ortalama VİF değerlerinin 5'ten küçük olduğu ($VİF < 5$) görülmektedir. Buradan hareketle korelasyon testi sonuçları ve VİF testi sonuçları göz önünde bulundurulduğunda Model 1, Model 2 ve Model 3'teki bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı söylenebilir.

İşletme yaşam döngüsü değişkeninin finansal sıkıntı üzerindeki etkisini ve olgun yaşam aşamasındaki işletmelerde KSS performansı ve finansal sıkıntı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla oluşturulan Model 4, Model 5 ve Model 6 ile ilgili değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorunu olup olmadığını test etmek amacıyla gerçekleştirilen VİF ile ilgili bulgular Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Model 4, Model 5 ve Model 6 ile İlgili Varyans Büyütme Faktörü (VİF) Testi Bulguları

DEğİŞKENLER	VİF	1/VİF
LIKİT	1.95	0.513
VRLK	1.84	0.544
INT1	1.82	0.549
KSS	1.79	0.559
LOGBYK	1.64	0.61
INT2	1.58	0.632
KALDRC	1.16	0.865
ZAR	1.13	0.882
ARGE	1.09	0.921
DUMSEK	1.02	0.975
NAKİT	1.00	0.996
ORTALAMA VİF	1.46	

Tablo 5 incelendiğinde; Model 4, Model 5 ve Model 6'da kullanılan bağımsız değişkenlerin ortalama VİF değerlerinin 5'ten küçük olduğu ($VİF < 5$) görülmektedir. Buradan hareketle korelasyon testi sonuçları ve VİF testi sonuçları göz önünde bulundurulduğunda Model 4, Model 5 ve Model 6'daki bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı söylenebilir.

Çalışmanın temel amaçlarından biri işletmelerin KSS performanslarının finansal sıkıntı düzeyleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaç oluşturulan hipotezlerin test edilebilmesi için gerçekleştirilen İki Aşamalı Sistem GMM tahmincisi ile ilgili bulgular özet şekilde Tablo 6'da yer almaktadır

Tablo 6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Performansının Finansal Sıkıntı Üzerindeki Etkisi ile İlgili Bulgular

Değişkenler / Modeller	Model 1	Model 2	Model 3
L.ALT	0.011*** (0.001)	-	-
L. BER	-	0.322*** (0.021)	-
L.ALM	-	-	0.302*** (0.032)
KSS	0.768*** (0.022)	-0.028 (0.022)	-0.046** (0.023)
KLDRC	0.757*** (0.011)	-0.028** (0.012)	-0.044*** (0.014)
ARGE	-0.141 (0.118)	0.880*** (0.218)	0.469 (0.284)
NAKIT	0.011** (0.004)	-0.007*** (0.001)	-0.006*** (0.001)
VRLK	0.094*** (0.012)	0.018* (0.103)	0.062*** (0.021)
LIKIT	-0.012*** (0.002)	-0.010*** (0.002)	-0.007*** (0.002)
ZAR	-0.510*** (0.011)	-0.051*** (0.014)	0.005 (0.012)
LOGBYK	-0.086*** (0.003)	-0.008*** (0.002)	0.001 (0.003)
DUMSEK	0.143*** (0.014)	0.103* (0.061)	0.172*** (0.063)
Sabit Terim	1.907*** (0.007)	0.475*** (0.054)	0.368*** (0.063)
Gözlem Sayısı	1386	1386	1386
YIL (Dummy)	VAR	VAR	VAR
AR(1)	0.036	0.045	0.073
AR(2)	0.679	0.326	0.412
Sargan Test	0.000	0.001	0.000
Hansen Test	0.225	0.061	0.017
F Test / Wald Test Olas.	0.000	0.000	0.000
Araç Değişken Sayısı	145	60	60
<i>Parantez içi standart hataları göstermektedir.</i>			
<i>p olasılık değeri ile ilgili olup *** p<.01, ** p<.05, * p<.10 anlamlılık değerlerini göstermektedir.</i>			

İki Aşamalı Sistem GMM analizi bulgularının yer aldığı Tablo 6 incelendiğinde; değişkenler arasında otokorelasyon tespiti için gerçekleştirilen Arellano ve Bond Otokorelasyon testindeki AR (1) ve AR (2) değerlerinin sonuçlarına göre modellerde otokorelasyon sorununun olmadığı tespit edilmiştir. İşsellik sorununu önlemek adına kullanılan araç değişkenlerin aşırı şekilde belirlenip belirlenmediğini anlamak için gerçekleştirilen Sargan ve Hansen testi sonuçlarına göre kurulan modellerin tahminlemede araç değişkenlerinin geçerli ve modellerin uygun olduğu belirlenmiştir.

Finansal sıkıntı bağımlı değişkeni için Z Skoru (ALT) değerinin esas alındığı model 1’de KSS performansının finansal sıkıntı üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Kontrol değişkenleri ile ilgili bulgulara bakıldığında model 1’de işletmelerin borçluluk düzeyleri ile ilgili olan kaldıraç oranı (KLDRC) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; nakit varlık oranının (NAKIT) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; varlık getirisi oranı (VRLK) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; likit oranı (LIKIT) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; zarar durumu (ZAR) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; işletme büyüklüğü (LOGBYK) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; alt sektör (DUMSEK) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca Ar-Ge yoğunluğu (ARGE) değişkeninin ise Z Skoru (ALT) değişkeni üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Finansal sıkıntı bağımlı değişkeni olarak vazgeçme opsiyonu oranı (BER) değerinin esas alındığı model 2’de KSS performansının vazgeçme opsiyonu oranı (BER) değişkeni üzerinde bir etkisi olmadığı söylenebilir. Kontrol değişkenleri ile ilgili bulgulara bakıldığında model 2’de işletmelerin borçluluk düzeyleri ile ilgili olan kaldırma oranı (KLDRC) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.05 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; Ar-Ge yoğunluğu oranı (ARGE) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; nakit varlık oranının (NAKIT) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; varlık getirisi oranı (VRLK) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.10 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; likit oranı (LIKIT) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; zarar durumu (ZAR) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; işletme büyüklüğü (LOGBYK) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; alt sektör (DUMSEK) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.10 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir.

Finansal sıkıntı bağımlı değişkeni olarak varlık somutluğu oranı (ALM) değerinin esas alındığı model 3’te ise KSS performansının değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.05 anlamlılık düzeyinde negatif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Kontrol değişkenleri ile ilgili bulgulara bakıldığında model 3’te işletmelerin borçluluk düzeyleri ile ilgili olan kaldırma oranı (KLDRC) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; nakit varlık oranının (NAKIT) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; varlık getirisi oranı (VRLK) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; likit oranı (LIKIT) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; alt sektör (DUMSEK) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca Ar-Ge yoğunluğu oranı (ARGE), zarar durumu (ZAR) ve işletme büyüklüğü (LOGBYK) değişkenlerinin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

İşletme yaşam döngüsünün finansal sıkıntı üzerindeki etkisini ve olgun aşamadaki işletmelerin KSS performansları arasında farklılaşma olup olmadığını tespit etmek amacıyla oluşturulan hipotezlerin test edilebilmesi için gerçekleştirilen İki Aşamalı Sistem GMM tahmincisi ile ilgili bulgular özet şekilde Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7. İşletme Yaşam Döngüsünün Finansal Sıkıntı Üzerindeki Etkisi ile İlgili Bulgular

Değişkenler / Modeller	Model 4	Model 5	Model 6
L.ALT	0.008*** (0.001)	-	-
L. BER	-	0.353*** (0.028)	-
L.ALM	-	-	0.328*** (0.036)
KSS	0.150*** (0.018)	-0.024 (0.260)	-0.099 (0.022)
INT1	1.341*** (0.026)	0.092 (0.082)	-0.019 (0.066)
INT2	-0.093*** (0.003)	-0.050** (0.019)	0.033** (0.013)
KLDRC	0.827*** (0.011)	-0.020* (0.012)	-0.045*** (0.017)
ARGE	0.873*** (0.179)	0.853*** (0.222)	0.793** (0.385)
NAKIT	-0.089*** (0.026)	-0.007*** (0.001)	-0.004** (0.002)
VRLK	0.057*** (0.018)	0.023** (0.010)	0.078*** (0.023)
LIKIT	0.001 (0.002)	-0.011*** (0.002)	-0.012*** (0.004)
ZAR	-0.496*** (0.006)	0.045*** (0.016)	0.009 (0.020)
LOGBYK	-0.048*** (0.004)	-0.007** (0.003)	-0.002 (0.003)
DUMSEK	0.158*** (0.021)	0.097 (0.063)	0.013 (0.012)

Sabit Terim	1.414*** (0.070)	0.437*** (0.059)	0.407*** (0.072)
Gözlem Sayısı	1386	1386	1386
YIL (Dummy)	VAR	VAR	VAR
AR(1)	0.032	0.055	0.038
AR(2)	0.842	0.314	0.442
Sargan Test	0.000	0.001	0.000
Hansen Test	0.441	0.078	0.058
F Test / Wald Test Olas.	0.000	0.000	0.000
Araç Değişken Sayısı	150	62	60
<i>Parantez içi standart hataları göstermektedir.</i>			
<i>p olasılık değeri ile ilgili olup *** p<.01, ** p<.05, * p<.10 anlamlılık değerlerini göstermektedir.</i>			

İki Aşamalı Sistem GMM analizi bulgularının yer aldığı Tablo 7 incelendiğinde; değişkenler arasında otokolerasyon tespiti için gerçekleştirilen Arellano ve Bond Otokolerasyon testindeki AR (1) ve AR (2) değerlerinin sonuçlarına göre modellerde otokolerasyon sorununun olmadığı tespit edilmiştir. İçsellik sorununu önlemek adına kullanılan araç değişkenlerin aşırı şekilde belirlenip belirlenmediğini anlamak için gerçekleştirilen Sargan ve Hansen testi sonuçlarına göre kurulan modellerin tahminlemede araç değişkenlerinin geçerli ve modellerin uygun olduğu belirlenmiştir.

Finansal sıkıntı bağımlı değişkeni için Z Skoru (ALT) değerinin esas alındığı model 4'te KSS performansının finansal sıkıntı üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; işletme yaşam döngüsü (INT1) finansal sıkıntı üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Diğer işletme yaşam döngüsü değişkeni olan (INT2)'nin ise finansal sıkıntı üzerinde bir etkisi olmadığı görülmektedir. Kontrol değişkenleri ile ilgili bulgulara bakıldığında model 4'te işletmelerin borçluluk düzeyleri ile ilgili olan kaldıraç oranı (KLDRC) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; ar-Ge yoğunluğu (ARGE) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; nakit varlık oranı (NAKIT) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; varlık getirisi oranı (VRLK) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; zarar durumu (ZAR) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; işletme büyüklüğü (LOGBYK) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; alt sektör (DUMSEK) değişkeninin Z Skoru (ALT) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca likit oranı (LIKIT) değişkeninin ise Z Skoru (ALT) değişkeni üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Finansal sıkıntı bağımlı değişkeni olarak vazgeçme opsiyonu oranı (BER) değerinin esas alındığı model 5'te KSS performansının ve işletme yaşam döngüsünün (INT1) vazgeçme opsiyonu oranı (BER) değişkeni üzerinde bir etkisi olmadığı söylenebilir. Bununla birlikte işletme yaşam döngüsü değişkeninin (INT2)'nin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) değişkeni üzerinde 0.05 anlamlılık düzeyinde negatif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Kontrol değişkenleri ile ilgili bulgulara bakıldığında model 5'te işletmelerin borçluluk düzeyleri ile ilgili olan kaldıraç oranı (KLDRC) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.10 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; Ar-Ge yoğunluğu oranı (ARGE) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; nakit varlık oranı (NAKIT) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.05 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; varlık getirisi oranı (VRLK) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; likit oranı (LIKIT) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; zarar durumu (ZAR) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; işletme büyüklüğü (LOGBYK) değişkeninin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) üzerinde 0.05 anlamlılık düzeyinde negatif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca alt sektör (DUMSEK) değişkeninin ise vazgeçme opsiyonu oranı (BER) değişkeni üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Finansal sıkıntı bağımlı değişkeni olarak varlık somutluğu oranı (ALM) değerinin esas alındığı model 6'da ise KSS performansının ve işletme yaşam döngüsünün (INT1) varlık somutluğu oranı (ALM) değişkeni üzerinde bir etkisi olmadığı söylenebilir. Bununla birlikte işletme yaşam döngüsü değişkeninin (INT2)'nin vazgeçme opsiyonu oranı (BER) değişkeni üzerinde 0.05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Kontrol değişkenleri ile ilgili bulgulara bakıldığında model 6'da işletmelerin borçluluk düzeyleri ile ilgili olan kaldıraç oranı (KLDRC) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; Ar-Ge yoğunluğu oranı (ARGE) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; nakit varlık oranı (NAKIT) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde; varlık getirisi oranı (VRLK) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; likit oranı (LIKIT) değişkeninin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde bir etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca zarar durumu (ZAR), işletme büyüklüğü

(LOGBYK) ve alt sektör (DUMSEK) değişkenlerinin varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

5. Sonuç

Küreselleşme hareketi sonucunda sermaye piyasalarının gelişmesi ile Enron, Worldcom, Xerox, Waste Management vb. skandallar ortaya çıkmıştır. Bu skandallar ile birlikte toplumun işletmelere olan güveni sarsılmış ve buna bağlı olarak KSS kavramı ön plana çıkmıştır. Ayrıca hem toplumun hem de uluslararası kuruluşların sosyal ilişkilere ve çevreye yönelik korumacı tavırlar benimsemeleri de işletmelerin KSS faaliyetlerine önem vermesine sebep olmuştur. KSS faaliyetlerinin sürdürülebilir bir şekilde gerçekleştirilmesi hem işletmelere hem de topluma fayda sağlayabilmektedir. Bu açıdan işletmeler, sosyal sorumluluk faaliyetleri ile birlikte olumlu itibara sahip olmayı amaçlamaktadır. Çünkü işletmelerin olumlu KSS faaliyetlerine sahip olmaması durumunda itibar kaybı, siyasi, medya baskılarının artması ve para cezaları gibi yaptırımlar söz konusu olabilmektedir. KSS yönünden negatif itibara sahip işletmelerin finansal yönden de sorun yaşayabileceği düşünülmektedir. Bu açıdan çalışmanın temel konuları arasında KSS performansı ve finansal sıkıntı arasındaki ilişkinin belirlenmesi yer almaktadır. Finansal sıkıntı; işletmelerin ödeme güçlerini kaybetmesi, mali yükümlülüklerini karşılayamaması ve yeterli sermayeye sahip olmaması durumlarında söz konusu olmaktadır. İşletmeler, farklı yaşam döngüsü aşamalarında ilerledikçe finansal sıkıntı düzeyleri de değişebileceği düşünülmektedir. Bu açıdan çalışma kapsamına işletme yaşam döngüsü ve finansal sıkıntı arasındaki ilişkinin belirlenmesi de dahil edilmiştir. Böylelikle çalışmanın amacı KSS ve işletme yaşam döngüsünün ve finansal sıkıntı üzerine etkisini tespit edebilmek doğrultusunda etrafında oluşmuştur.

Z Skoru (ALT) değişkeni kullanılarak oluşturulan Model 1 ile ilgili bulgular incelendiğinde; işletmelerin KSS performanslarının finansal sıkıntı durumlarını 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Z Skoru oranının güven aralıkları ile ilgili durumu göz önünde bulundurulduğunda; oran ne kadar yüksek ise işletmelerin finansal sıkıntı yaşama olasılıkları o derece düşük olmaktadır. Buradan hareketle işletmelerin KSS faaliyetlerinde bulunarak KSS performanslarını arttırmaları durumunda finansal sıkıntı riskinden korunabileceği söylenebilir. Vazgeçme opsiyonu oranı (BER) kullanılarak oluşturulan Model 2 ile ilgili bulgular incelendiğinde; işletmelerin KSS performanslarının finansal sıkıntı durumları üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Varlık somutluğu oranı (ALM) kullanılarak oluşturulan Model 3 ile ilgili bulgular incelendiğinde ise; işletmelerin KSS performanslarının finansal sıkıntı durumlarını 0.05 anlamlılık düzeyinde negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. KSS ve finansal sıkıntı arasındaki negatif ilişkinin sebebinin varlık somutluğu oranının varlıklar ile ilgili daha hassa bir oran olmasından ve işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmek için daha fazla maliyete katlanması ile birlikte yatırımcı çıkarları dışındaki grupların çıkarlarının yönetim ihlali olarak ele alınmasından kaynaklandığı söylenebilir.

KSS performansının finansal sıkıntı üzerindeki etkisini analiz etmek amacıyla Z Skoru (ALT) ve varlık somutluğu oranı (ALM) bağımlı değişkenleri ile kurulan Model 1 ve Model 3 sonuçları göz önünde bulundurulduğunda; bu çalışmanın sonuçları Öcek vd. (2021); Boubaker (2020); Adinata (2019); Gülcan ve Dağlar (2019); Zheng vd. (2019); Cheng vd. (2014); Hogan vd. (2014), Sun ve Cui (2014); Erhemjamts vd. (2013); Li vd. (2013); Mishra ve Modi (2013); Becchetti vd. (2012) çalışmalarındaki sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Bahsi geçen çalışmalarda da bu çalışmada Model 1 ve Model 3 sonucunda olduğu gibi işletmelerin KSS performanslarının finansal sıkıntı veya finansal performansları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak varlık somutluğu oranı (ALM) bağımlı değişkenleri ile kurulan Model 3'te KSS performansının işletmelerin finansal sıkıntı düzeylerine olan etkisi negatif yöndedir. Alanyazında Aupperle vd. (1985), Friedman (1970) ve Başar (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda da benzer durum söz konusudur.

Vazgeçme opsiyonu oranı (BER) bağımlı değişkeni ile kurulan Model 2 göz önünde bulundurulduğunda; bu çalışmanın sonuçları Horasan ve Tazegül (2021), Jawed vd. (2020), Çelik vd. (2016), Chetty vd. (2015) ve Goss ve Roberts (2011) çalışmalarındaki sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Bahsi geçen çalışmalarda da bu çalışmadaki Model 2 sonuçlarında olduğu gibi işletmelerin KSS performanslarının veya faaliyet raporlamalarının finansal sıkıntı veya finansal performansları üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Z Skoru (ALT) kullanılarak oluşturulan Model 4 ile ilgili bulgular incelendiğinde; işletme yaşam döngüsü değişkenlerinden biri olan INT1 değişkeninin işletmelerin finansal sıkıntı durumlarını 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde; INT2 değişkeninin ise işletmelerin finansal sıkıntı durumlarını 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Z Skoru oranlarının güven aralıkları ile ilgili durum göz önünde bulundurulduğunda; oran ne kadar yüksek ise işletmelerinin finansal sıkıntı yaşama olasılıkları o derece düşük olduğu ve buradan hareketle işletmelerin olgunluk aşamalarına ulaşmaları halinde finansal sıkıntı riski ile karşılaşabilme olasılıklarının da azalacağı söylenebilir. Vazgeçme opsiyonu oranı (BER) kullanılarak oluşturulan Model 5 ile ilgili bulgular incelendiğinde; işletme yaşam döngüsü değişkenlerinden INT2 değişkeninin işletmelerin finansal sıkıntı durumlarını 0.05 anlamlılık düzeyinde negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Varlık somutluğu oranı (ALM) kullanılarak oluşturulan Model 6 ile ilgili bulgular incelendiğinde; işletme yaşam

döngüsü değişkenlerinden INT2 değişkeninin işletmelerin finansal sıkıntı durumlarını 0.05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

İşletme yaşam döngüsünün finansal sıkıntı üzerindeki etkisini analiz etmek amacıyla Z Skoru (ALT), vazgeçme opsiyonu oranı (BER) ve varlık somutluğu oranı (ALM) bağımlı değişkenleri ile kurulan Model 4, Model 5 ve Model 6 sonuçları göz önünde bulundurulduğunda; bu çalışmadaki sonuçlar; Düzer (2023), Akbar vd. (2022), Çavlak ve Yılmaz (2020), Söyler (2019), Diebecker vd. (2017), Ormani vd. (2011), Rocca vd. (2011), Elsayed ve Paton (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardaki sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Bahsi geçen çalışmalarda da bu çalışmadaki Model 4, Model 5 ve Model 6 sonuçlarında olduğu gibi işletme yaşam döngüsünün kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile desteklenmesi halinde işletmelerin finansal sıkıntı veya finansal performans düzeylerinde etki yaratabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Olgun yaşam aşamasındaki işletmelerde KSS performansı ve finansal sıkıntı arasında ilişki ile ilgili olarak türetilen INT1 ve INT2 değişkenlerinin pozitif ve anlamlı olması, olgunluk aşamasındaki işletmelerin KSS performanslarının finansal sıkıntı yaşama olasılıklarını azaltabileceğini göstermektedir. Z Skoru (ALT) kullanılarak oluşturulan Model 4 ile ilgili bulgular incelendiğinde; olgun yaşam döngüsü aşamasındaki işletmelerin KSS performansları ile finansal sıkıntı durumları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşletme yaşam döngüsü ile ilgili INT1 değişkeni ile Z Skoru (ALT) arasındaki ilişki pozitif yönde olup işletmelerin KSS performanslarındaki bir birimlik artışın Z Skoru (ALT) değerini 1.341 birim arttıracadı belirlenmiştir. İşletme yaşam döngüsü ile ilgili INT2 değişkeni ile varlık somutluğu oranı (ALM) arasındaki ilişki de pozitif yönde olup olgun yaşam aşamasındaki işletmelerin KSS performanslarındaki bir birimlik artışın varlık somutluğu oranı (ALM) değerini 0.033 birim arttıracadı belirlenmiştir. Varlık somutluğu oranı (ALM) bağımlı değişkenleri ile kurulan Model 6 bulguları göz önünde bulundurulduğunda; olgun yaşam döngüsü aşamasındaki işletmelerin KSS performansları ile finansal sıkıntı durumları arasında da anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Model 4 ve Model 6 ile ilgili sonuçlardan hareketle olgun yaşam aşamasındaki işletmelerde KSS performansı ve finansal sıkıntı arasında ilişkinin arttığı söylenebilir. Vazgeçme opsiyonu oranı (BER) bağımlı değişkeni ile kurulan model 5 bulguları göz önünde bulundurulduğunda ise olgun yaşam aşamasındaki işletmelerde KSS performansı ve finansal sıkıntı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Olgun yaşam aşamasındaki işletmelerde KSS performansı ve finansal sıkıntı arasında ilişkiyi analiz etmek amacıyla Z Skoru (ALT) bağımlı değişkenleri ile kurulan Model 4 ve Model 6 sonuçları göz önünde bulundurulduğunda; bu çalışmadaki sonuçlar; Tascon vd. (2021), Amin ve Salehnezhad (2020), Al-Hadi vd. (2019), Diebecker vd. (2017), Jablonski ve Jablonski (2016), Elsayed ve Paton (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarındaki sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bahsi geçen çalışmalarda da bu çalışmadaki Model 4 ve Model 6 sonuçlarında olduğu gibi olgun aşamadaki işletmelerin finansal sıkıntı veya finansal performansları ile KSS veya sürdürülebilirlik faaliyetleri arasında ilişkinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma kapsamına kontrol değişkeni olarak dahil edilen değişkenler ile ilgili elde edilen sonuçlar ise şu şekildedir:

- Kaldıraç oranı (KLDRC) değişkeninin Model 1 ve Model 4'te Z Skoru (ALT) değişkeni üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi bulunurken; kurulan diğer modellerde ise negatif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
- Ar-Ge yoğunluğu oranı (ARGE) değişkeninin kurulan Model 1 ve Model 3'te finansal sıkıntı değişkenleri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmazken; kurulan diğer modellerde ise pozitif yönde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
- Nakit varlık oranı (NAKIT) değişkeninin kurulan Model 1'de Z Skoru (ALT) değişkeni üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi bulunurken; kurulan diğer modellerde ise negatif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
- Varlık getirisi oranı (VRLK) değişkeninin finansal sıkıntı değişkenleri üzerinde pozitif yönde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
- Likidite oranı (LIKIT) değişkeninin kurulan Model 4'te Z Skoru (ALT) değişkeni üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmazken; kurulan diğer modellerde ise negatif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
- Zarar durumu (ZAR) değişkeninin kurulan Model 3'te ve Model 6'da varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmazken; Model 1, Model 2 ve Model 4'teki finansal sıkıntı değişkenleri üzerinde negatif yönde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
- İşletme büyüklüğü (LOGBYK) değişkeninin kurulan Model 3'te varlık somutluğu oranı (ALM) üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmazken; kurulan diğer modellerde ise negatif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
- Alt sektör (DUMSEK) değişkeninin Model 5 ve Model 6'da finansal sıkıntı değişkenleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı; kurulan diğer modellerde ise pozitif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda çalışmanın literatüre katkısının olacağı düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalar ise veri seti daha da genişletilerek endeks ve sektör bazlı karşılaştırılmalı olacak şekilde

gerçekleştirilebilir. Ayrıca farklı ülkelerin borsalarında hisse senetleri işlem gören imalat işletmelerinin verilerinin de çalışmaların kapsamına dahil edilmesi ile ülkelerarası karşılaştırılmalı analizler gerçekleştirilebilir. Ayrıca finansal sıkıntının ve işletme yaşam döngüsü aşamalarının tahminlemede farklı tahminleme modelleri kullanılarak da bu çalışmada elde edilen sonuçların desteklenmesi yönünde çalışmaların gerçekleştirilmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Adinata, G. (2019). Csr Expenditures, Financial Distress Prediction, And Reputation: A Pathway Analysis. *Perspektif Akuntansi*, 2(1), 1-18.
- Ağırman, E. (2018). Finansal Sıkıntı Göstergeleri: Bıst'te İşlem Gören İmalat Sanayi Firmaları Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(2), 403-425.
- Akbar, M., Hussain, A., Sokolova, M. And Sabahat, T. (2022). Financial Distress, Firm Life Cycle, And Corporate Restructuring Decisions: Evidence From Pakistan's Economy. *Economies*, 10(7), 175.
- Aktan, C. C. Ve Börü, D. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. C. C. Aktan (Ed.) İçinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler Ve Sosyal Sorumluluk. İzmir: İgiad Yayın.
- Al-Hadı, A., Chatterjeeb, B., Yaftınc, A., Taylora, G. And Hasan, M. M. (2019). Corporate Social Responsibility Performance, Financial Distress And Firm Life Cycle: Evidence From Australia. *Accounting And Finance*, 59, 961-989.
- Almeida, H. And Campello, M. (2007). Financing Constraints, Asset Tangibility, And Corporate Investment. *Review Of Financial Studies*, 20, 1429-1460.
- Altman, E. I. (1968). Financial Ratios, Discriminate Analysis, And The Prediction Of Corporate Bankruptcy. *Journal Of Finance*, 23, 589-609.
- Amin, V. And Salehnezhad, S. H. (2020). The Impact Of Corporate Sustainability Performance On Economic Value Added Over The Corporate Life Cycle. *Financial Accounting Knowledge*, 7(2), 1-30.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B. And Hatfield, J. D. (1985). An Empirical Examination Of The Relationship Between Corporate Social Responsibility And Profitability. *Academy Of Management Journal*, 28(2), 446-463.
- Başar, B. (2014). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması Ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 21(2), 59-72.
- Başdaş, N. Ü. (2020). Küçük Ve Orta Ölçekli Kuruluşlarda Örgütsel Yapısallaşma Ve Kurumsal Boyutların Oluşumu İle Hayat Döngüsü İlişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Beykent Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Becchetti, L., Ciciretti, R., Hasan, I. And Kobeissi, N. (2012). Corporate Social Responsibility And Shareholder's Value. *Journal Of Business Research*, 65(11), 1628-1635.
- Berger, P. G., Ofek, E. And Swary, I. (1999). Investor Valuation Of The Abandonment Option, *Journal Of Financial Economics*, 42, 257-287.
- Boubaker, S., Cellier, A., Manita, R. And Saeed, A. (2020), Does Corporate Social Responsibility Reduce Financial Distress Risk?. *Economic Modelling*, 91, 835-851.
- Çelik, S., Zeytinoğlu, E. Ve Akarım, Y. D. (2016). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18(1), 439-453.
- Cheng, B., Ioannou, I. And Serafeim, G. (2014). Corporate Social Responsibility And Access To Finance. *Strategic Management Journal*, 35, 1-23.
- Chetty, S., Naidoo, R. And Seetharam, Y. (2015). The Impact Of Corporate Social Responsibility On Firms' Financial Performance İn South Africa. *Contemporary Economics*, 9(2), 193-214.
- Cavlak, H. Ve Yılmaz, C. (2020). Nakit Akış Yapısı-İşletme Yaşam Döngüsü İle Finansal Sıkıntının Birlikte Değerlendirilmesi: Bıst Sürdürülebilirlik Endeksi'nde Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15(60), 806-832.
- Deangelo, H., Deangelo, L. And Stulz, R. M. (2006). Dividend Policy And The Earned/Contributed Capital Mix: A Test Of The Life-Cycle Theory. *Journal Of Financial Economics*, 81, 227-254.
- Diebecker, J., Rose, C. And Sommer, F. (2017). Corporate Sustainability Performance Over The Firm Life Cycle:

Levels, Determinants, And The Impact On Accounting Performance.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3084601.

Duran, C., Karahan, F., Güler, M. Ve Budak, S. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Başarısına Finansal Performansın Etkisi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(4), 87-95.

Düzer, M. (2023). Nakit Akış Profilleri Ve İşletme Yaşam Döngüsü Özellikleri: Kağıt Ve Kağıt Ürünleri Sektöründe Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 25(Modav 19. Uluslararası Muhasebe Konferansı Özel Sayısı), 391-424.

Elsayed, K. And Paton, D. (2009). The Impact Of Financial Performance On Environmental Policy: Does Firm Life Cycle Matter?. *Business Strategy And The Environment*, 18, 397-413.

Erhemjants, O., Li, Q. And Venkateswaran, A. (2013). Corporate Social Responsibility And Its Impact On Firms' Investment Policy, Organizational Structure, And Performance. *Journal Of Business Ethics*, 118(2), 395-412.

Friedman, M. (1970). The Social Responsibility Of Business Is To Increase Its Profits. *New York Times Magazine*, September 13, 122-126.

Goss, A. And Roberts, G. S. (2011). The Impact Of Corporate Social Responsibility On The Cost Of Bank Loans. *Journal Of Banking & Finance*, 35, 1794-1810.

Gujarati, D. N. (2009). *Basic Econometrics*. United States: Tata Mcgraw-Hill Education.

Gülcan, N. Ve Dalgac, H. (2019). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performanslarına Etkisi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 21(3), 603-627.

Güleç, Ö. F. (2017a). Muhasebe Performansı İle Firma Yaşam Eğrisi Kavramı Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Uygulaması. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara.

Helfat, C. E And Peteraf, M. A. (2003). The Dynamic Resource-Based View: Capability Lifecycles. *Strategic Management Journal*, 24, 997-1010.

Hogan, K., Olson, G. T. And Sharma, R. (2014). The Role Of Corporate Philanthropy On Ratings Of Corporate Social Responsibility And Shareholder Return. *Journal Of Leadership, Accountability And Ethics*, 11(3), 108-125.

Horasan, E. Ve Tazegül, S. (2021). Entegre Raporlamanın Şirketlerin Finansal Performansları Üzerindeki Etkisi. *Journal Of Research In Business*, 6(1), 141-163.

Jablonski, A. And Jablonski, M. (2016). Research On Business Models In Their Life Cycle. *Sustainability*, 8(5), 430.

Javed, M., Shah, Z. A. And Rahman, A. (2020), Exploring Role Of Csr In Preventing Bankruptcy: Moderation Effect Of Board Independence In Manufacturing Sector Of Pakistan And Australia. *Global Social Sciences Review (Gssr)*, 2(4), 32- 44.

Kallunki, J. And Silvola, H. (2008). The Effect Of Organizational Life Cycle Stage On The Use Of Activity-Based Costing. *Management Accounting Research*, 19, 62-79.

Kamuyu Aydınlatma Platformu (2021). İmalat Sektörü Şirketleri. Erişim Tarihi: 31 Aralık 2021, <https://www.kap.org.tr/tr/sectorler>.

Kotler, P. And Lee, N. (2017). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Sibel Kaçamak (Çev.). İstanbul: Mediacat.

Kulalı, İ. (2014). Muhasebe Temelli Tahmin Modelleri Işığında, Finansal Sıkıntı Ve İflasın Karşılaştırılması. *Sosyoekonomi*, 22(2), 154-169.

Li, Q., Luo, W., Wang, Y. And Wu, L. (2013). Firm Performance, Corporate Ownership, And Corporate Social Responsibility Disclosure In China. *Business Ethics. A European Review*, 22(2), 159-173.

Mishra, S. And Modi, S. B. (2013). Positive And Negative Corporate Social Responsibility, Financial Leverage, And Idiosyncratic Risk. *Journal Of Business Ethics*, 117(2), 431-448.

Omrani, H., Rostami, K. H., Samadi, S., Margavi, A. K., Asadzadeh, H. And Nazari, H. (2011). Corporate Life Cycle And The Explanatory Power Of Risk Measures Versus Performance Measures. *Journal Of Education And Vocational Research*, 2(6), 199-206.

Öcek, C.; Ünlübulduk, S. N. Ve Karadeniz, E. (2021). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Finansal Başarısızlık Riski: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*,

92, 21-46.

Özkanlı, S. (2011). İşletmelerde Finansal Sıkıntı Durumu Ve Finansal Yeniden Yapılandırma: Türkiye’de Bir Vaka Çalışması. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Adana.

Rocca, M., Rocca, T. And Carola, A. (2011). Capital Structure Decisions During A Firm's Life Cycle. *Small Business Economics*, 37, 107-130.

Sakarya, Ş., Yıldırım, A. Ve Aytakin, S. (2014). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Finansal Performans Üzerine Etkisi: Bist-30’da Bir Uygulama. *Akü İibf Dergisi*, 16(1), 1-15.

Söyler, Y. (2019). Bıst Temettü Endeksindeki Şirketlerin Yaşam Döngüsü Teorisine Göre Temettü Verimlerinin Analizi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Bankacılık Ve Sigortacılık Enstitüsü Sermaye Piyasası Ve Borsa Ana Bilim Dalı, İstanbul.

Sun, W. And Cui, K. (2014). Linking Corporate Social Responsibility To Firm Default Risk. *European Management Journal*, 32(2), 275-287.

Tascón, M. T., Castro, P. And Ferreras, A. (2021). How Does A Firm's Life Cycle Influence The Relationship Between Carbon Performance And Financial Debt?. *Business Strategy And The Environment*, 30(4), 1879-1897.

Zheng, Y., Wang, Y. And Jiang, C. (2019). Corporate Social Responsibility And Likelihood Of Financial Distress. *Quarterly Review Of Business Disciplines*, 6(3), 219-236.

POMAK KÜLTÜRÜNÜN VE PAVLI PANAYIRININ SÜRDÜRÜLEBİLİR VE KÜLTÜREL TURİZMDE DEĞERLENDİRİLMESİ VE TANITIMI¹

ASSESSING AND PROMOTING POMAK CULTURE AND PAVLI FAIR IN SUSTAINABLE AND CULTURAL TOURISM

Kaplan UĞURLU 

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 17.10.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024*

Öz

Sürdürülebilirlik kavramı, günümüzün en tartışmalı ve düşündürücü konularından biri olarak kabul edilmektedir. Ayrıca bu fikir turizm sektöründe daha da önem kazanmaya başlamıştır. Yürütülen faaliyetlerin sürdürülebilirliği ve aynı zamanda bunların ortasında yer alan toplulukların sürdürülebilirliği, kültür turizminin önemi artmaya devam ettikçe ve turizmin tanımı gelişmeye devam ettikçe daha fazla dikkat çekmektedir. Turizm sektöründeki ilgili festival ve fuarların araştırılmasının son derece önemli olduğu açıkça ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni, farklı medeniyetlerin gelenekleri, görenekleri, yaşam tarzları ve ritüelleri gibi büyüleyici konuların çoğalmasıdır. Bu çalışma ile Pavli Panayırı ve Pomak kültürünü bu özel durum çerçevesinde değerlendirmek ve tanıtmak amacıyla literatüre katkı yapılması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm, Kültürel turizm, Etkinlik turizmi, Festival turizmi, Pomak kültürü, Pavli panayırı

JEL Sınıflaması: L82, L83, M14, O18, Q01, Q56, R11, Z10, Z32.

Abstract

The concept of sustainability is widely considered to be one of the most contentious and thought-provoking issues of the present day. Additionally, this idea has started to become more significant in the tourism industry. The sustainability of the activities that are carried out and, concurrently, the sustainability of the communities that are located in the midst of them are attracting a greater amount of attention as the relevance of cultural tourism continues to expand and as the definition of tourism continues to evolve. It has become abundantly clear that it is of utmost importance to investigate the relevant festivals and fairs in the tourism industry. This is because of the proliferation of fascinating topics such as the customs, traditions, lifestyles, and rituals of different civilizations. There were contributions made to the body of literature with the intention of assessing and promoting Pavli Fair and Pomak culture within the context of this specific situation.

Keywords: Sustainable tourism, Cultural tourism, Event tourism, Festival tourism, Pomak culture, Pavli fair.

JEL Classification: L82, L83, M14, O18, Q01, Q56, R11, Z10, Z32.

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2021; 9(4) , 399 - 413 / DOI: 10.29106/fesa.1569391

* Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, kugurlu@klu.edu.tr, Kırklareli – Türkiye, ORCID: 0000-0003-0134-3681

1. Introduction

Although tourism is a growing industry, its open structure might cause lasting damage to natural and cultural assets (Er & Bardakoğlu, 2016: 96). Authorities are prioritizing sustainability to maintain natural and cultural assets, which are vital to tourism. Individuals engage in tourism for various reasons (Ünlüöner, Tayfun & Kılıçlar, 2011: 21). Alternative tourism kinds have been established to make sustainability easier and to meet changing tourism expectations. Many activities fall under alternative tourism, which includes faith, gastronomy, culture, health, and caverns. Because people have always been interested in diverse cultures and use cultural attractions as a travel motivator, distinctive tourist activities have developed (Diker, 2019: 673). Cultural tourism has grown in importance due to people's desire to experience diverse cultures, especially with the diversification of touristic products and technology advances (Gül & Gül, 2019: 1237-1238). Protecting and preserving the historical and cultural heritage of civilizations is crucial for their continuity (Açııcı, Ertaş & Sönmez, 2017: 53-54). According to Atak, Tatar & Tunaseli (2017: 1396), folk culture aspects including art, culture, folklore, and festivals have a crucial role in forming cultural legacy and passing on values to future generations through rituals, lifestyles, and traditions. In societies whose cultural heritage cannot be passed on and new generations are continuously seeking to relearn earlier discoveries, civilizations die (Akay, 2006). To prevent this, festivals are crucial for ethnic communities to share and transfer values while developing social structures (Small, Edwards, Sheridan, 2005: 66; Gül, Erdem & Gül, 2013: 213). According to Yürük, Akyol & Şimşek (2017: 367), community-based festivals can have major economic and sociocultural impacts, leading to increased popularity within countries. The literature on sustainability, sustainable tourism, cultural heritage, cultural tourism, Pomak culture, and Pavli Fair was evaluated in order. With the literature analysed, Pavli Fair sustainability and promotion were stressed.

2. Theoretical Framework

2.1. Sustainability and Sustainable Tourism

The concept of sustainability is defined as "the use of natural products and energy in a manner that does not harm nature" and "the capacity to persist" (Oxford University Press, n.d.). This concept can be viewed as a bridge between the growing society and economic factors, as it can be used as a broad framework (Rosato et al., 2021: 1). According to Perez et al. (2013: 316), it can be influenced by environmental, socio-cultural, and economic frameworks. The World Commission on Environment and Development (WCED) defined sustainable development as "developments that meet the needs of the time without compromising the resources necessary to meet the needs of future generations" based on two primary concepts: prioritizing needs and establishing appropriate limitations (World Commission on Environment and Development (WCED), 1987). Sustainability is a concept that has been widely adopted in numerous fields, including engineering, biology, and physics, particularly since the 1960s, when it gained popularity and WCED brought it to the forefront (Steer & Wade-Gery, 1993: 23).

In addition to economic benefits, decision makers have disclosed that environmental and social impacts should be taken into account in business processes with the integration of sustainable developments into industries and the comprehension of sustainability (Wichaisri & Sopadang, 2017: 1-2). Studies on the negative aspects of industries are examined within the framework of sustainability, as a result of the development of the concept of sustainability. It has been asserted that tourism, which has experienced significant growth and has become a developed industry, can have significant negative consequences when sustainability is taken into account (Çelik & Bahar, 2014: 369). Sustainability has also begun to be perceived as a moral and ethical issue as a result of the adverse consequences that have been observed as a result of the intensive use of resources in the tourism industry (He, He & Xu, 2018: 4-5). In addition to the adverse effects observed in the physical environment, the concept of sustainability also asserts that the failure to guarantee social justice results in a social decline (Bahaire & White, 1999). In this context, it has been observed that the preservation of environmental and cultural values is essential for the future of humanity (Piner & Paradis, 2004: 81). Tourism, an industry that is centered on people and society and is based on human relations, should be viewed as a whole with sustainable developments in order to prevent the resulting deteriorations (Duran, 2011: 292). This is why regions should be assessed rather than impoverished, to ensure that sustainable developments that are to be incorporated into tourism do not disrupt social, cultural, and environmental balances and resources (McKercher, 1993: 6). In destinations where tourism is conducted, individuals are exposed to a diverse array of tourism activities and develop opinions regarding the industry (Sharpley, 2014: 37). A love-hate relationship between local residents and tourism can be observed as a consequence of these formations (McKercher, 1993: 6). While destructive effects on local communities, cultures, and nature are evident, economic, cultural, and social developments and their implications for welfare are also discussed (Kim, Uysal & Sirgy, 2013; Hanrahan & McLoughlin, 2016; Biagi et al., 2020). The appropriate development strategies should be implemented within the tourism industry to generate positive effects and benefits, rather than negative ones (Slabbert, Plessis & Digun-Aweto, 2021: 4). In this context, it can be asserted that sustainable developments are rendered more beneficial by tourism activities, and studies can be conducted under the auspices of sustainable

tourism (Nicholas, Thapa, & Ko, 2009: 394). United Nations Environment Programme (UNEP) and United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2005) define sustainable tourism as "tourism that meets the needs of visitors, industry, the environment, and host communities, taking into account all current and future economic, social, and environmental impacts" within the framework of the created vision.

2.2. Cultural Heritage and Cultural Tourism

Throughout the centuries, humanity has been accompanied by a multitude of tangible and intangible heritages that have been transmitted to the present day. Kiper (2004: 14) investigated the resources that, within the context of cultural heritage, can assist in the establishment of a connection between the past and the future, foster a sense of commitment, and address identity inquiries, but are not renewable. Koroğlu et al. (2018: 99) defined the same concept as the expression of the existence of peoples who lived in history. Monuments, building groups, and sites are all included in the definition of cultural heritage as outlined in the Convention for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage (Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Türkiye, 1983).

Sustainable development can be ensured by the cultural heritages that are present. In this context, the Convention for the Protection of the Intangible Cultural Heritage was adopted in 2003, which categorized cultural heritages into tangible and intangible, recognizing that certain heritages are in greater danger. The Convention defines tangible cultural heritage as structures that can be physically observed and are considered to be part of the heritage, such as statues, monuments, and buildings. Intangible cultural heritage is defined as products such as objects, signs, and information that are part of the cultures of people (Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Türkiye, 2003).

It is imperative to safeguard cultural heritage in order to prevent its degradation and ensure its preservation. In order to guarantee the sustainability of heritage under the protection of the term, it is necessary to transmit, develop, revive its various aspects, and increase awareness (Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Türkiye, 2003). In reality, the safeguarding and advancement of cultural heritage in accordance with the principles of sustainable development can be interpreted as safeguarding human history (Akay, 2006: 39; Gül & Gül, 2019: 1238). In terms of individuals and societies that embrace protected heritage, tourism can generate positive socio-cultural effects (Avcıkurt, 2017: 57). Additionally, the World Tourism Organization (2018) has reported that the rate of travels undertaken within the context of traditional cultural outputs for cultural heritage is higher than that of travels decided with cultural motivations. As a result, the cultural and historical heritages of destinations are regarded as crucial for the advancement of tourism, and as a result, the destination and its culture (Ismagilova, Safiullin & Bagautdinova, 2014: 363-364).

Cultural tourism is a tourism activity that is multifaceted and is undergoing rapid development. It is conducted by individuals in order to satisfy their cultural requirements and acquire knowledge and experience (Bachleitner & Zins, 1999: 199). Reisinger (1994: 24) also proposed a similar definition, describing it as a form of tourism that involves the pursuit of profound and novel intellectual, aesthetic, emotive, or psychological cultural experiences. Cultural tourism is generally defined as a form of tourism in which the motivation is entirely or partially derived from artistic, historical, cultural, or scientific heritage (Silberberg, 1995: 361).

The significance of conserving resources and utilizing them sustainably is underscored by the potential for cultural tourism products to become obsolete and unrecognizable over time, as well as the unbalanced expansion of tourism (Chhabra, 2009: 310). In order to safeguard against the potential adverse consequences of tourism, stakeholders should implement sustainability principles (Loulanski & Loulanski, 2011: 851).

2.3. Event Tourism

Getz (1989) was able to establish a framework for event tourism, which can be attributed to its conceptual development in the late 1980s, despite the fact that it was not extensively employed in the literature at the time. Currently, it can be asserted that this concept encompasses all activities that can be planned using an integrated approach that involves development and marketing (Getz, 2008). It can offer substantial advantages to both developed cities and local communities when the area it encompasses and its advantages are taken into account (Goeldner & Ritchie, 2011: 189). Opportunities to extend the peak season can be identified when events are taken into account. Destinations and the industry are significantly impacted by events due to the advantages they offer in terms of the duration of stay, expenditures, and promotional activities (Getz, 2008). The tourism movement has the potential to enhance the destinations' image and facilitate the implementation of constructive initiatives (Tayfun & Arslan, 2013: 192). In this context, event tourism is on the rise in the global tourism market and is a viable topic for research, as Getz (2008) noted.

It is possible to assert that events are becoming increasingly significant in the perspectives of individuals as a means of evaluating their leisure time and acquiring new experiences. Yavuz and Altınay (2015: 156) have asserted that activities that are conducted in accordance with cultural values may be required to include entertainment.

Intergenerational connections can be established through events that are organized around cultural heritage. Information can be transmitted through these connections, and awareness can be raised regarding the sustainability of information (Erdem & Gülcan, 2021: 198).

Indeed, it would be accurate to assert that events, including festivals, celebrations, and fairs, have become a significant component of production and consumption within cultures (Yolal, 2017: 36). The attraction of visitors and investors can be enhanced by the development of the destination's image and the creation of originality within the destination, which can be achieved by continuing existing events or establishing new ones (Quinn, 2005: 8).

Event tourism can be defined as the planning, development, and marketing of events as attractions to maximize the number of visitors in tourism movements, as viewed within the context of the explanations (Getz, 1997: 16). Consequently, it will be feasible to secure an advantage in the tourism industry's fiercely competitive environment by offering events that differentiate oneself (Özdemir, 2014: 44). The differentiation that is established will simultaneously enhance the originality of the events and facilitate the dissemination of tourism to other regions by disseminating tourism movements across multiple regions rather than a single region (Bowdin et al., 2006: 74).

2.4. Festival Tourism

Festivals can have many meanings for communities. For some communities, they play major roles in the formation of religion and culture (Vahed, 2002), while for others, ceremonies and ideological, educational and cultural values are used in the formation and transmission of ethnic identity (Bres & Davis, 2001: 333; Nguyen, 2021: 435). Festivals can be seen as official or unofficial periods of fun activities, events that have an entertainment or festive character or celebrate an event, fact or concept (Janiskee, 1980: 97). In another study, they can be defined as regular seasonal celebrations that are usually held at predetermined times each year, include traditional rituals, performances, ceremonies and mass games, are usually held in line with the beliefs of the local people of the festival and can be seen as worship to the gods believed in by some (Nguyen, 2021: 436).

While O'Sullivan and Jackson (2002: 325) define festival tourism as the visits of people outside the region during the period when the festival takes place; Ritchie (1984) defines it as events developed for a certain period of time and increasing the awareness and attractiveness of the destination. When viewed from a general perspective, it can be seen that the concept includes many activities that people can perform (Shaw & Williams, 2002: 266).

Although it can be seen as important with the economic contributions they provide (Quinn, 2005: 328-329), Bres and Davis (2001: 329) state that the ethnic groups that form the values of festivals see the festival as a reflection of the culture and history of the community, rather than just a money-making tourist attraction, as fun and community-based activities. In this way, it can be said that both the identity of the groups and the destination develops. It has been seen that festivals cause increases in the level of welfare of the community along with social solidarity and community capacity (Yolal, Gürsoy, Uysal, Kim & Karacaoğlu, 2016: 3).

Festivals introduce people to different cultures around the world and stimulate people's curiosity for new lives (Çulha, 2008). In this way, festivals encourage people to participate in tourism activities and provide benefits to the regions they are in (Tayfun & Arslan, 2013). It can be said that festivals attract attention in terms of destination marketing, urban development and social changes with their many features. So much so that festivals and local celebrations have become a new political economy area and can provide welfare to the community (Prasetyo et al., 2021). It has also been stated that they contribute to the service sector by supporting the local (O'Sullivan & Jackson, 2002: 326).

Festival tourism, which is a tool that can enable different communities to communicate with each other (Kaplan et al., 2004: 120), helps ethnic identities to share and sustain their values (Tao, Huang, & Brown, 2020: 529). The performances exhibited during the events can reflect the conflicts and sociocultural policy changes within ethnic groups and create emotional intelligence within the community (Deagon, 2008: 276). Of course, with all the positive effects, we can also talk about the negative effects that tourism can bring. Cudny (2013: 111) stated that unplanned use and ignoring carrying capacities can cause problems on the environment, culture and infrastructure.

Conversely, fairs are among the oldest forms of trade in history. They facilitate the preservation of traditional ceremonies, products, production methods, and events, as well as the exchange of products, live animals, and services. Consequently, fairs satisfy the economic, social, cultural, and entertainment needs of society (Çalışkan, 2016: 21). Fairs are distinct from professional business fairs in that the former are typically very large and professional organizations that serve as exhibition and marketing venues. These events introduce a wide range of industrial products, new technology products, and brands, and they facilitate the establishment of business connections within a specific business sector and area of interest. Conversely, certain fairs exhibit functional similarities to festivals or highland festivals. "Festival" is a term that has been derived from the Latin word "festivitas" and denotes a gathering that is organized to express gratitude or celebrate an event. Although they are not frequent, these gatherings are sustainable and are rooted in mythological, religious, and ethnic traditions.

Unlike fairs, which are events such as the "Pavli Fair of Pomaks," which may have centuries-old origins in outdoor areas, professional business fairs can be held in either indoor or outdoor locations and can be held once or multiple times.

2.5. Pomak Culture and Pavli Fair

Pomaks can be readily distinguished from other Muslim groups as a result of the democratic transformations they have undergone throughout history (Valtchinova, 2004: 8). Ethnologists, sociologists, and political scientists have since begun to investigate the identity of Pomaks, as Valtchinova (2004: 14) also noted. So much so that they are referred to as "Islamic Bulgarians" or "Bulgarian Muslims" by Bulgarians, "Islamized Macedonians" by Macedonians, and "Muslim Turks who speak Bulgarian" by Turks (Turan, 1999: 69).

Pomaks, who were Christian Slavs who resided in the Rhodopes and Pirins and converted to Islam during Ottoman rule, are linguistically and ethnically similar to Christian Bulgarians (El-Guindi & Simic, 1999: 829). The term "Pomak" is derived from the Slavic word "Pomakos," which translates to "Helpers" (Turan, 1999: 70). It is feasible to assert that Turks and Muslim nomads share numerous similarities with Pomaks. In addition to all ethnic and linguistic similarities, El-Guindi and Simic (1999: 829-830) discussed similarities in folklore and religious rituals.

Religion is perceived as the primary component of the Pomak identity, and it is designed within the context of Islam. It is possible to assert that there is a nationalism that is rooted in religion, as their national identity is founded on religion. It has been observed that they respond to inquiries regarding their identity and religion as "Pomak," and it has been asserted that the concepts of Pomak and Islam currently hold equivalent significance in their consciousness (Turan, 1999: 70).

From the Turks' perspective, the Pomaks are perceived as communities known as the "Kuman" or "Kipchak Turks" who migrated from Northern China in 916 (Memişoğlu, 1991: 11-12). It is possible to assert that the Pomaks have been influenced by Slavic languages as a consequence of their extended residence in numerous regions, including Romania and Ukraine. In this context, it is evident that their language has been significantly influenced by the Chagatai Turkish dialect, Ukrainian Slavic, Oghuz Turkish, and Arabic words (Turan, 1999: 72).

It is possible to assert that the Pomaks, who established themselves in the Pehlivan koy district and its environs in the present-day province of Kırklareli in Thrace, contributed to the district's popularity by embodying their unique identity. In the context of tourism, the district's most significant attraction is the 'Pavli Fair', which has a history of over a century and is conducted at specific intervals each year (Uğurlu et al., 2012: 8). Since 1910, the Pavli Fair has been a customary event that takes place between September 15 and September 20 (Kırklareli Governorship, n.d.).

The fair, which is named after the fact that Pehlivan koy is referred to as Pavli by the local populace, guarantees that the district attracts substantial audiences in September. Thrace hosts comparable markets, which were advertised as commodity and animal fairs. Pavli Fair is also referred to as the Pehlivan koy Autumn Animal and Commodity Fair for this reason (Alabaşoğlu, 2009). The Pehlivan koy Autumn Fair is the largest fair in Thrace that has survived to the present day, as Alabaşoğlu (2009) also asserted in his article.

Although it is acknowledged that animals were once displayed and accompanied on excursions during the fair, it is now possible to assert that the fair commenced with the symbolic sale of animals. The Pomaks, who are the focal point of the fair's lively ambiance, are afforded the opportunity to showcase and engage with their unique local flavours and entertainment concepts to a variety of attendees (BizEvdeYokuz, n.d.). The fair, which offers ethnic identity-specific foods, music, and dances, establishes an appropriate environment for the transmission and preservation of social memory. Additionally, it draws photographers who are seeking authentic images.

3. Methodology

A qualitative research approach is employed in this study. It is appropriate to conduct study as qualitative research if the objective is to research and evaluate a value that holds significant importance in the lives of individuals who identify with a specific segment (Merriam, 2018: 1). Consequently, this study also incorporated the interpretative and meaningful characteristics of qualitative research, which enabled the development of representations and the formulation of comments regarding the subject matter (Denzin & Lincoln, 2011: 3). In order to ascertain the causes and effects of qualitative research, it is necessary to interpret human experiences within the scope of the study. Consequently, a qualitative pattern is required (Merriam, 2018: 5-6). In this regard, comments that are derived from the researcher's personal experience and observations are valuable (Patton, 2002:113). A case study was selected as the research design due to the nature of the subject matter. In this context, it is advisable to employ a case study to research the processes of activity, or event (Creswell, 2014: 329). The case study enables the in-depth examination of a single situation to provide an explanation for multiple situations (Gerring, 2017: 27).

The exhaustive observation technique with participation was also employed in this study, as the researcher observes the event and the event by experiencing it in person (Aziz, 2022: 76). In this method, the researcher is immersed in the event in which they are participating. Despite the fact that it has a negative aspect, such as the researcher's emotional response, the researcher may need to evaluate the event from a distance in order to mitigate this disadvantage.

The data acquired is more reliable due to the interview with the Mayor of the Pehlivankoy district, where the event was held, and the expert opinion of the public institution organizing the Pavli Fair, in addition to the simple observation technique. The semi-structured interview was the method used to acquire the data necessary to determine the results of the research. It was believed that a semi-structured interview would enable the transition to pertinent topics during the interview, thereby generating new ideas and generating new results (Merriam, 2018: 88).

4. Findings

Within the scope of the study, it was found that the Pavli Fair, also known as the Pehlivankoy Autumn Animal and Commodity Fair, was organized entirely by the Pehlivankoy Municipality. As Kozak (2018: 103) also stated, the sample size may vary depending on the preferred qualitative method. In this context, it was thought that the interview with Mayor Hüseyin Açıkel would reveal the desired data when blended with secondary data. It can be said that the most authorized person who can be reached in a limited time and receive information about the fair is the mayor himself.

The primary data to be analysed in the study was reached with the interview. The questions asked to the participant during the interview were prepared based on previous studies and the deficiencies felt in the literature using secondary data.

Both secondary data sources and primary data sources obtained from the interview were reached on the subject of the evaluation of the Pavli Fair in cultural heritage tourism and its impact on sustainability. The data obtained from the interview are as follows:

Mr. Hüseyin AÇIKEL, Mayor of Pehlivankoy, participated in an interview.

1. Mayor, could you briefly introduce yourself?

I was born in Pehlivankoy on April 30, 1963. Educated in Pehlivankoy, I earned my high school degree from Çorlu Industrial Vocational High School. I graduated from Anadolu University's Vocational School of Business Administration. I started my civil service career in 1985 at the Ministry of Internal Affairs' General Directorate of Population and Citizenship Affairs. Later, I worked at Luleburgaz and Pehlivankoy districts of Tekirdag province's Population Directorate. After resigning from the Population Directorate on December 30, 2003, I ran for Pehlivankoy mayor for the Justice and Development Party. In the March 28, 2004 local elections, I became mayor. I was a member of the Union of Turkish Municipalities Assembly, the Marmara Municipalities Union Audit and Budget Commission, and the Union of Eastern-Western Thrace Municipalities Executive Board. Reelected to the Board of Directors this year. I also served on the Board of Directors for Kırklareli Local Government Solid Waste Facility Construction and Operation Union (KIRKAB-2). I belonged to the Trakya Development Union (TRAKAB). The Justice and Development Party won the Local Elections on March 29, 2009, March 30, 2014, and March 31, 2019 to re-elect me as Pehlivankoy Mayor. I currently play this role. I am married and have two children.

2. What is the population of Pehlivankoy?

The district center has a population of 1661 individuals. 3445 individuals, including those residing in the villages.

3. What is the foundation of Pehlivankoy's economy and source of income?

The economy of our district is primarily comprised of agriculture and animal husbandry.

4. What is the social structure of Pehlivankoy? Who resides there?

We are a district in which retired individuals and individuals involved in agriculture and animal husbandry reside.

5. Who are the Pomaks? What was the date of the Pomaks' arrival in Pehlivankoy? At what percentage of the Pehlivankoy population are Pomaks residing?

They are a Muslim Slavic people who reside in the Balkans' Rhodope Mountains, Northern Bulgaria, Lower Thrace, and Macedonia regions. Also, it is the appellation given to Bulgarians who converted to Islam. During Ottoman attacks on the Balkans, they became a community that converted to Islam. The Pomaks initially relocated from the Lovech center and Teteven districts of the Lovech province of Bulgaria, İzvor, during the 93rd War (1877-1878) and settled in this location. This process persisted in subsequent years, as population exchanges occurred. Pomaks comprise 98% of the Pehlivankoy district center.

6. What are the prominent elements underlying the relationship between Pomaks and Pehlivankoy?

Pehlivankoy has become synonymous with Pomaks because it is one of the places where they live most densely in Thrace.

7. What are the prominent problems of Pehlivankoy and Pomaks? What has been done or is planned to be done to solve it?

Pehlivankoy's most significant issue is migration. Our constant migration to other provinces and districts is due to the absence of an industry in our district that can generate sufficient employment. The industrial sector in our district is being developed to the best of our ability as a municipality; however, our opportunities are severely restricted. We are committed to the construction of a Small Industrial Site in our District. We have allocated the requisite land for this purpose; however, as previously mentioned, our budgetary resources are restricted. Therefore, it is imperative that we receive project support on a budgetary basis in order to construct the Small Industrial Site on the land we have granted.

8. Who organizes the Pavli Fair held in Pehlivankoy? What is its annual budget?

The Pavli Fair is organized by our Municipality, and the Expense Budget is approximately 350,000.00 TL, (approx. 11,000 Euro) and the Income Budget is around 700,000.00 TL. (approx. 22,000 Euro).

9. When is the Pavli Fair organized and how long does it last?

It is generally organized in the second week of September and lasts for 4 days.

10. Where exactly is the Pavli Fair held and is it held in the same place every year? How big is the venue?

Every year, the Pavli Fair is held in the same location in Pehlivankoy, on a 100,000 m² area located in the southern region of the district, beneath the railway line.

11. Which means of transportation do visitors prefer for the Pavli Fair?

Sea and air transportation are not feasible or advantageous due to the fact that Pehlivankoy is not situated on the sea coast and the nearest airport is located 2.5 hours from Istanbul. Çorlu airport is situated an hour's drive distant; however, it is not utilized on a regular basis. Already, the establishment of this transportation infrastructure is beyond the capacity of our municipality. So, highway and Railway transportation are preferred.

12. How are the accommodation, transportation and security of the Pavli Fair participants and staff provided?

There is no accommodation facility in our district, accommodation is provided in vehicles or camping tents in the surrounding districts and the fairground. Transportation is provided by the participants' own means. Security is provided by the District Police Department.

13. How many visitors does the Pavli Fair have annually?

An average of 350,000 people

14. What are the activities at the Pavli Fair?

Street food and beverage, shopping (local foods, dress and handicrafts) cultural and artistic activities and entertainments (such as bands, music, dance, clowns with long wooden legs, puppet play, amusement park). Despite the limited number of bakeries, restaurants, markets, and shops in the district, visitors can still satisfy their requirements. However, the fairground experience provides an additional benefit to individuals.

15. What are the satisfaction and complaints of those who attend the Pavli Fair? Is data obtained and evaluated for this?

Those who visit the Pavli Fair are generally satisfied, there are complaints about accommodation from time to time, but we try to provide the best convenience we can within the possibilities. We have wish, request, desire and complaint boxes and a fair memory book, and data is obtained from these.

16. When and with whom is the Pavli Fair planned?

It is made with the joint participation of the municipality's management and decision-making bodies and employees.

17. Where and from whom are the products and services in the Pavli Fair supplied?

The products that come to the fair are supplied by tradesmen. The services provided in the fair area are provided/supplied by the municipality.

18. What are the traditions, entertainment, art, music, folklore, cuisine, drinks, clothing, and other aspects of Pomaks in Pehlivankoy that are distinctive, and which of these are particularly showcased or practiced at the Pavli Fair?

Local dishes, products and folk dances.

19. How many people are assigned to the Pavli Fair? Where are the employees supplied from?

All municipality employees are on duty at the fairground, the total number of employees varies between 15-20.

20. Is there insurance for possible emergencies, accidents etc. at the Pavli Fair?

No.

21. How much is it, and who is responsible for what in terms of public health, procurement, security, etc. at the Pavli Fair?

Health services are provided by the District Community Health Center during the fair; Security is provided by the District Police Department. The relevant boards plan the personnel and materials on duty every year in accordance with their own data.

22. What are the new technologies used at the Pavli Fair?

Drone technology is being employed to capture aerial images of the fair. Additionally, mobile base stations are being implemented to guarantee that communication is uninterrupted in the region.

23. Are statistical data regarding the Pavli Fair kept? If so, how and for what purpose are they used?

The budget and the number of participants are kept. They are used in the studies to be carried out in the following year.

24. What are your thoughts on the reasons why the Pavli Fair is not typically well-known, does not have the anticipated impact, or fails to achieve international recognition? What actions are feasible? Do you have any undertakings in this area?

The entire populace of the region is acquainted with the fair, which has a century-old tradition. It has a national character and has been incorporated into the Intangible Cultural Heritage List. We were able to achieve this level by utilizing our current budgetary resources, and we are currently working to guarantee its sustainability. With adequate financial backing and advertising, it is feasible to expand its reach internationally. I have personally made every effort to ensure that our fair is included on the Cultural Heritage List, as well as to increase its visibility and development. I will continue to do so. We occasionally visit the appropriate ministries and institutions to communicate our requests, demands, and desires, as well as to consult on the matter.

25. What is the method of financing the Pavli Fair? What are the items of revenue and expense that you have? Do you have sponsors? What is the sponsorship's contribution to the Pavli Fair's financing?

The Fair Budget is typically funded by the municipality, despite the Ministry of Culture and Tourism's occasional contributions. Regrettably, sponsors are not available.

26. What is the reason for individuals to travel to Pehlivankoy? What are the current attractions in the district? For instance, the acorn tree featured in the television series "Yaprak dökümü" (The Falling Leaves) is situated in your district. What do you believe will be the most enjoyable experience for travelers or visitors in Pehlivankoy?

Pehlivankoy is a small, intimate district that allows us to connect with nature; however, it lacks a formal structure and is devoid of numerous historical sites. Pehlivankoy is an ideal destination for individuals seeking peace, tranquility, and a sense of connection with nature. Ergene Bridge, Bloody Creek Bridge, and Acorn Tree are among the historical sites that are worth visiting for tourists. Despite the fact that the structure is not particularly substantial, they have received recognition as a result of a series of The Falling Leaves. Additionally, the area is replete with natural beauty. Certainly, the centuries-old Pavli Fair is a distinct cause to visit.

27. Do you believe that the cultural values of Pehlivankoy are being fully utilized? If not, what is the reason? What actions do you believe should be taken or are you currently taking to safeguard these values?

We are endeavouring to preserve and perpetuate our cultural heritage within the confines of our capacity as a municipality. Pavli Fair serves as an illustration of this.

28. In your opinion, what are the advantages and disadvantages of Pehlivankoy in terms of tourism?

The district's advantages include its modest size and charming appearance, which suggest that it is closely connected to the natural world. Its disadvantage is that it lacks sufficient historical structures.

29. In your opinion, is the Pavli festival being effectively promoted and organized? If not, what are the reasons and your proposed solutions or strategies?

To begin with, Pavli is not a festival; rather, it is a carnival. In other terms, we are coordinating a fair, not a festival. We can utilize the resources of our municipality to promote it to the local populace; however, this is insufficient. This cultural heritage can be further promoted and advertised on a national and international scale.

30. In your opinion, what are the potential avenues for tourism development in Pehlivankoy? What strategies can be employed to draw individuals to the district and the Pavli Fair?

The Pavli Fair can be significantly more appealing with adequate financing, advertising, and promotion.

The author's observations of the Pavli Fair are as follows:

1. How was the fair's opening ceremony? What was the level of interest in the fair among the public, visitors, local government, and central governance?

This year marks the 114th anniversary of the Pehlivankoy Fair, which is also referred to as "Pavli" in the Thrace Region of Türkiye. This fair was also attended by author as an observer in previous years. The opening ceremony is currently conducted in a manner that is both classical and standardized. There are no issues or complaints regarding this matter.

If the observations of the ceremony that took place this year are transmitted:

The fair commenced with a ceremony at Zübeyde Hanım Square, as it does each year. The mehter team and marching band teams then performed after a moment of silence and the reading of the National Anthem.

In his address, Governor Birol Ekici of Kırklareli emphasized the importance of maintaining fairs. Ekici asserted that the Pavli Fair is as thrilling to the local populace as the "Kırkpınar Oil Wrestling", and he also mentioned that the fair is also referred to as the "Pomak Feast" in the region. Ekici stated that they will endeavor to expand the fair, which has been conducted for over a century, to an international scale. Additionally, they suggested that other Balkan countries should be included in the fair.

The fair is crucial for the incorporation of the local community and for the sale of the products they produce throughout the year, according to Ahmet Gökhan Sarıçam, a member of parliament from the Justice and Development Party (AKP) in Kırklareli.

The fair's participants were also acknowledged by the Mayor of Pehlivankoy, Gündüz Hoşgör.

Following the addresses, the folk-dance teams executed a performance. Ekici and his companions subsequently cut the opening ribbon of the fair and surveyed the stands.

Local individuals exhibit and sell locally produced apparel and food items that they prepare throughout the year at the organization, which includes an amusement park, open-air restaurants, and stalls. It has been noted that local inhabitants reside in tractor trailers, while Roman citizens maintain the fair's entertainment segment through their own entertainment concepts. The Pavli fair is held in high regard as an international fair, as it is intended to provide services to Pehlivankoy, and the dominant party of the Government of the Republic of Türkiye is the same political party as Pehlivankoy Municipality. Conversely, the absence of opposition party representatives from the fair's opening was greeted with disappointment.

2. Does Pavli fair's infrastructure and superstructure satisfy visitors?

The fair was held in a flat countryside on the Ergene river, walking distance from the district center and on the Asia-Europe train line. Pehlivankoy does not offer accommodations for visitors. Babaeski, Havsa, Luleburgaz, Kırklareli, and Edirne, which are situated in a close distance to Pehlivankoy, are settlements that offer accommodation opportunities approximately 30 kilometers from the district. Accommodation requirements can be fulfilled exclusively from these locations. Transportation to these locations may be facilitated through taxis, minibuses, or personal vehicles. Given the district center's diminutive size, there are bakeries, patisseries, and artisan restaurants that can accommodate a limited number of patrons. Additionally, there are coffee shops that exclusively serve cold and hot beverages and are nearly the sole location where individuals can converse and socialize together. The district has been equipped with electricity, water, natural gas, and roads, and there is an abundance of internet connectivity. The fairground offers a variety of food and beverages that are accessible to all attendees. These items are prepared by artisans in pavilions that are naturally arranged and are priced at a level that is both reasonable and in accordance with local preferences. Environmental cleanliness, toilets (suitable for disabled individuals), and water (for drinking, cleansing, and washing) are all natural, clean, and sufficient for the fair). The fair is capable of accommodating the requirements of local residents and environmental advocates; however, it appears to be a long way from becoming a national fair at this time. The local administrators' aspiration to elevate the fair to a level of national and international recognition is encouraging.

3. Is the Pavli Fair a festival?

Pavli Fair is not a festival; it is a fair, as the Mayor of Pehlivankoy stated. "Pavli Fair" was established in 1910 by Sultan Abdulhamid II in the Pehlivankoy district of Kırklareli to promote unity and unity among the local population. It is also known as the "Pehlivankoy Autumn Animal and Commodity Fair," "Autumn Fair," and "Pomak Feast." It is accurate to refer to this traditional and historical event in Pehlivankoy as a fair, as it possesses the characteristics of large-scale commodity or animal markets that were established at specific periods in districts and villages. These markets have a variety of traditional and exhibition features. On the other hand, festivals are national or international artistic events that offer a greater number of planned and thematic performances than fairs. At the conclusion of the event, awards are typically disseminated. Film, music, fashion, art, culture, sports, and products are all examples of festival topics.

4. Is Pavli Fair a significant factor in the preservation of Pomak culture? In other words, are the visitors to the fair during the festival adequately informed and experienced in the Pomak culture?

The Municipality of Pehlivankoy organizes the fair, which is maintained by the residents of Pehlivankoy. Although 98% of the population and elected Municipality members are Pomaks, the sales stalls that are set up on the streets of the fair are primarily operated by shopkeepers from outside Pehlivankoy. Roman citizens from Kırklareli and surrounding provinces and districts maintain the entertainment component of the fair by implementing their own entertainment concepts. The watermelon vendor from Çanakale is visible at certain stalls, as are the shopkeepers who travel from Istanbul to the fair for four days to sell doner bread. The fair is a location and time where the residents of the area can engage in recreational activities, socialize, and sell their harvested goods. The fair's attendees observe a century-old event by visiting the displays that sell a variety of products and participating in a variety of entertainments. Pavli Fair, which has been in existence for 113 years, contributes to the vibrancy of Thrace through its entertainment and music. Its purpose is to guarantee the solidarity and unity of the local populace in the Pehlivankoy district of Kırklareli. At the fair, it is feasible to observe the convergence of Balkan, Thracian, Rumelia, Roman, and Pomak cultures. Visitors to the fair are provided with an opportunity to experience

Balkan life through the consumption of Balkan street delicacies, music, dances, instruments, handicrafts, and mementos, albeit in limited quantities. If the inquiry is directed to whether the fair features products from the Pomak culture, such as cuisine and clothing, it is regrettably insufficient. It was asserted in interviews with artisans and local residents that everything is preserved in ancient periods and memories. However, old dishes are no longer prepared in homes, and only a handful of elderly grandmothers possess the knowledge of their recipes. There was no information bureau, written, oral, audio and visual documents and equipment that might be necessary for informing visitors both at Pehlivanıokoy and at Pavli Fair. Due to the lack of foreign tourists and the fact that local visitors feel themselves in a neighbourhood market, the Municipality may not have needed any promotional and advertising efforts about Pehlivanıokoy, Pomak culture and Pavli Fair.

5. Conclusion and Discussion

The branding of nations that are most complementary to one another is primarily influenced by sustainable and cultural tourism. Nations seek to safeguard their historical and cultural heritage and guarantee its continuity under the umbrella of cultural tourism. This can be accomplished through numerous marketing and promotional strategies. Nevertheless, traditional fairs, which unite societies, countries, sectors, and various segments, satisfy individuals' curiosity and the desire to explore by allowing them to do so simultaneously in a single location, are events that are at least as valuable and memorable as festivals and fairs, which are a significant strategy for tourism and marketing in the region. In contrast, the ongoing festivals guarantee the transfer of local cultures and traditions, while simultaneously providing a means for the development of the social structure. In this context, Pavli Fair, which has been striving to preserve Pomak culture for 114 years, is gradually increasing its recognition both domestically and internationally. During the periods in which it is organized, it can be asserted that this heritage, which is maintained and endeavoured to be safeguarded, makes positive economic and social contributions to the local population. Nevertheless, stakeholders must establish strategies that align with the appropriate values, despite the potential for the festival's values to become ingrained in society. It was deemed crucial to introduce Pomaks, who gained popularity in the district where they were introduced, to field researchers in order to maintain the Pavli Fair, which they revealed by reflecting their own ethnic identities, with the appropriate planning.

The environment of Pavli Fair, which is officially known as Pehlivanıokoy Autumn, Animal and Commodity Fair, and the region's name, was observed in this study. The relationship between Pomak culture and Pavli Fair was determined and examined through an evaluation within the framework of sustainable tourism and cultural tourism. It is intended to contribute to the sustainability of the cultural structure of the fair by being analysed, documented, and transmitted to future generations. The cultural identity of the fair was established through the cultural material that was acquired as a result of the meeting with the President of Pehlivanıokoy Municipality, who is the organizer and responsible individual for the Pavli Fair, and the observations of participation in the fair site.

In terms of the organization of Pavli Fair, the Pehlivanıokoy, Musellimli, and Sazlımalkoçlu Pomaks continue to participate in the fair with their distribution of duties and settlement plans. Local and traveling fairgoers who engage in commodity, fruit, and vegetable sales as a profession continue to participate in the fair with changes and transformations from the past to the present. Upon assessing the support and controls of Pehlivanıokoy Municipality, it is evident that the ethnic group establishes areas that are appropriate for the installation of trailers in settlements. Furthermore, the establishment of showers, basins, dishwashing stations, fountains, mosques, and security points in the vicinity is a supportive measure that facilitates settlement, given that Çerkezmusellim Pomaks remained in the region for four days. In addition to facilitating the fairground's accessibility, it also draws participants to the area and establishes a dynamic that facilitates the fair's continuity and participation. Simultaneously, the living space is improved, and the demand for fair participation is elevated as a result of the fact that artisan fairgoers also reside in the fairgrounds near their exhibits.

Pavli Fair has been determined to address numerous functional questions by meeting numerous characteristics, including the preservation of traditions, the transmission and maintenance of them to future generations, the refreshing of beliefs, the creation of solidarity and sharing environments, the liberation of individuals from pressures, the preparation of individuals for public life, and sustaining of its existence, albeit with a transformation over a 114-year period. The fair's existence is sustained by a variety of factors, including the regional gastronomy, the diversity of trade and commodities, the entertainment, the social environment, the cultural texture formed around the fair, and the fact that its participants continue to be in Pehlivanıokoy in September of each year. The scarcity of events has a detrimental effect on the promotion of the region and the fair, and this is true for music, dance, theatre, and activities. This is evidenced by the fact that there are a limited number of participants from remote provinces of Türkiye and from abroad. A variety of initiatives and grants can be utilized to enhance the organization's activities, with support from the Provincial Municipality, the Governor's Office, Universities, researchers, Non-Governmental Organizations, and the Ministry of Culture and Tourism. It is important to bear in mind that an event will struggle to sustain its cultural significance if visitors fail to demonstrate interest and the potential to persist.

The preservation of the cultural texture and the sustainability of the protected structure are not solely achieved through the active engagement of its participants. The review and transformation of the Pavli Fair, which has been in existence for 114 years but has not been internationalized, should be conducted in comparison to festivals, fairs, and fairs held in other neighboring countries. The local, national, and international short-medium-long-term requirements should be discussed. The state and the municipality are responsible for taking the necessary steps. Furthermore, it is imperative to provide support and raise awareness among the residents of Pehlivanıoy, merchants, and fair attendees. The preservation of the cultural fabric of Pavli Fair, Roman entertainment culture, and Pomak culture will be advantageous to these endeavors. The Pavli Fair has undergone significant changes over the years, and the elements that it can safeguard within its structure, as well as the existence of an organizational structure within the Ministry that is responsible for identifying the points that are beginning to deteriorate and their significance, where all fairs are supervised, can be taken into account. This corporate structure will facilitate the recognition of local events, thereby establishing a brand and, as a result, country branding.

References

- Açıci, F., Ertaş, ř. & Sönmez, E. (2017). Sürdürülebilir Turizm: Kültür Turizmi Ve Kültürel Miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52-66.
- Akay, S. (2006). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Tarih Araştırmalarında Kaynak Olma Özelliği. *Milli Folklor Dergisi*, 18(70), 38-58.
- Alabaşoğlu, D. (2009). *Pavli Panayırı; Bir Asırlık Gelenek*. Trakyaagezi: <https://www.trakyaagezi.com/pavli-panayiri-bir-asirlik-gelenek/>
- Atak, O., Tatar, S. & Tunaseli, A. (2017). Kültürel Miras Oluşumunda Festivallerin Yeri Ve Önemi: Fethiye Müzik Köyü Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52), 1396-1409.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi Genel Ve Yapısal Yaklaşım. (Güncellenmiş 5. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bachleitner, R. & Zins, A. (1999). Cultural Tourism In Rural Communities: The Residents' Perspective. *Journal Of Business Research*, 44(3), 199-209. Doi:[https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00201-4](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00201-4).
- Bahaire, T. & White, M. (1999). The Application Of Geographical Information Systems (Gis) In Sustainable Tourism Planning: A Review. *Journal Of Sustainable Tourism*, 7(2), 159-174. Doi:10.1080/09669589908667333.
- Biagi, B., Ladu, M., Meleddu, M. & Royuela, V. (2020). Tourism And The City: The Impact On Residents' Quality Of Life. *International Journal Of Tourism Research*, 22(2), 168-181. Doi:10.1002/Jtr.2326
- Bizevdeyokuz. (N.D.). *Pavli Panayırı-Trakya'nın 100 Yıllık Panayırı*. Bizevdeyokuz: <https://www.bizevdeyokuz.com/pavli-panayiri>
- Bowdin, G., Allen, J., O'toole, W., Harris, R. & Mcdonnell, I. (2006). *Events Management (Second Edition)*. Oxford: Elsevier.
- Bres, K. & Davis, J. (2001). Celebrating Group And Place Identity: A Case Study Of A New Regional Festival. *Tourism Geographies*, 3(3), 326-337. Doi:<https://doi.org/10.1080/14616680110055439>.
- Çalışkan, V. (2016). *Geçmişten Geleceğe Kültürel Bir Miras: Pehlivanıoy Panayırı*. Ankara: Pehlivanıoy Belediyesi Kültür Yayınları-I.
- Çelik, N. & Bahar, O. (2014). Sürdürülebilir Turizmin Turizm Talebi Üzerine Etkisi. *15. Ulusal Turizm Kongresi*. Ankara, 368-383.
- Chhabra, D. (2009). Proposing A Sustainable Marketing Framework For Heritage Tourism. *Journal Of Sustainable Tourism*, 17(3), 303-320. Doi:<https://doi.org/10.1080/09669580802495758>.
- Cudny, W. (2013). Festival Tourism - The Concept, Key Functions And Dysfunctions In The Context Of Tourism Geography Studies. *Geographical Journal*, 65(2), 105-118.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması. *Journal Of Yasar University*, 3(12), 1827-1852.
- Deagon, A. (2008). Folk Dance And Ethnic Identity. *Dance Chronicle*, 31(2), 275-278.
- Diker, O. (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras Ile İlişkisi Bağlamında Etnik Turizm. *Journal Of The Human And Social Science Researches*, 8(1), 671-684.

- Duran, E. (2011). Turizm, Kùltür Ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal Ve Kùltürel Kimlięin Sùrdürülebilirlięi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 291-313.
- El-Guindi, F. & Simic, A. (1999). Pomak Portraits: The Women Of Breznitsa (43 Minutes) And Old Ibrahim's World (41 Minutes), By A. Balikci. *American Antropologist*, 101(4), 828-831.
- Er, Ö., & Bardakoğlu, Ö. (2016). Kùltürel Mirasın Sùrdürülebilir Turizm Ürünü Çeřidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneęi. *İşletme Fakùltesi Dergisi*, 17(2), 95-11.
- Erdem, D. & Gülcan, B. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinde Aile İçi Rekreasyonel Etkinliklerde Somut Olmayan Kùltürel Miras Ulusal Unsurlarının Üstlenebileceęi Rol. *Ahvvü Turizm Fakùltesi Dergisi*, 24(2), 192-215. Doi:10.34189/Tfd.24.02.002.
- Getz, D. (1989). Special Events: Defining The Product. *Tourism Management*, 10(2), 135-137. Doi:https://Doi.Org/10.1016/0261-5177(89)90053-8.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution And Research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Goeldner, C. & Ritchie, J. (2011). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, 12th Ed. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Gül, K. & Gül, M. (2019). Etnik Kùltürel Mirasın Turizmde Değerlendirilmesi: Küçùkköy Bořnak Göçmenleri Örneęi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 7(2), 1236-1251. Doi:10.21325/Jotags.2019.418.
- Gül, K., Erdem, B. & Gül, M. (2013). Yerel Festivallerin Etkinlięine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağıçibedir Festivali Örneęi. *Sùleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakùltesi Dergisi*, 18(2), 213-239.
- Hanrahan, J. & Mcloughlin, E. (2016). Local Authority Tourism Planning In Ireland: An Environmental Perspective. *Journal Of Policy Research In Tourism, Leisure And Events*, 8(1), 33-52.
- He, P., He, Y. & Xu, F. (2018). Evolutionary Analysis Of Sustainable Tourism. *Annals Of Tourism*, 69, 76-89. Doi:https://Doi.Org/10.1016/J.Annals.2018.02.002.
- Ismagilova, G., Safiullin, L. & Bagautdinova, N. (2014). Tourism Development In The Region Based On Historical Heritage. *Life Science Journal*, 11, 363-367.
- Janiskee, R. (1980). South Carolina's Harvest Festivals: Rural Delights For Day Tripping Urbanities. *Journal Of Cultural Geography*, 1(Fall/Winter), 96-104.
- Kaplan, M., Higdon, F., Crago, N. & Robbins, L. (2004). Futures Festivals: An Intergenerational Strategy For Promoting Community Participation. *Journal Of Intergenerational Relationship*, 2(2-3), 119-146.
- Kim, K., Uysal, M. & Sirgy, M. (2013). How Does Tourism In A Community Impact The Quality Of Life Of Community Residents? *Tourism Management*, 36(2013), 527-540. Doi:https://Doi.Org/10.1016/J.Tourman.2012.09.005.
- Kiper, P. (2004). Küreselleşme Sürecinde Kentlerimize Giren Yeni Tüketim Mekanları Ve Yitirilen Kent Kimlikleri. *Planlama*, 4, 14-18.
- Kirklareli Governorship (N.D.). Pavli Panayırı. T.C. Kirklareli Valiliği: <http://www.kirklareli.gov.tr/pavli>.
- Köroęlu, Ö., Yildirim, H. & Avcikurt, C. (2018). Kùltürel Miras Kavramına İlişkin Algıların Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 98-113.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım Ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Loulanski, T. & Loulanski, V. (2011). The Sustainable Integration Of Cultural Heritage And Tourism: A Meta-Study. *Journal Of Sustainable Tourism*, 19(7), 837-862. Doi:10.1080/09669582.2011.553286.
- Mckercher, B. (1993). Some Fundamental Truths About Tourism: Understanding Tourism's Social And Environmental Impacts. *Journal Of Sustainable Tourism*, 1(1), 6-16. Doi:10.1080/09669589309450697.
- Memişoğlu, H. (1991). *Pages Of The History Of Pomac Turks*. Ankara.
- Merriam, S. (2018). *Nitel Araştırma Desen Ve Uygulama İçin Bir Rehber*. (Translation: S. Turan.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Ministry Of Culture And Tourism Of The Republic Of Türkiye (2003). *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi*. Teftiş Kurulu Başkanlığı: <https://Teftis.Ktb.Gov.Tr/Tr-14281/Somut-Olmayan-Kulturen-Mirasin-Korunmasi-Sozlesmesi.Html>.
- Nguyen, T. (2021). The Characteristics, Value, And Transformation Of The Calendrical And Public Festivals Of The Ethnic Chinese Community In The Mekong Delta, Vietnam. *International Communication Of Chinese Culture*, 8(4), 421-441. Doi:10.1007/S40636-021-00236-Y.
- Nicholas, L., Thapa, B. & Ko, Y. (2009). Residents' Perspectives Of A World Heritage Site: The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals Of Tourism Research*, 36(3), 390-412. Doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.005>.
- O'sullivan, D. & Jackson, M. (2002). Festival Tourism: A Contributor To Sustainable Local Economic Development? *Journal Of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342. Doi:<https://doi.org/10.1080/09669580208667171>.
- Oxford University Press (N.D.). *Sustainability*. Oxford Learner's Dictionaries: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sustainability?q=sustainability>.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi Ve Pazarlanması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Perez, V., Guerrero, F., Gonzalez, M., Perez, F. & Caballero, R. (2013). Composite Indicator For The Assessment Of Sustainability: The Case Of Cuban Nature-Based Tourism Destinations. *Ecological Indicators*, 29(2013), 316-324. Doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.ecolind.2012.12.027>.
- Piner, M. & Paradis, W. (2004). Beyond The Casino: Sustainable Tourism And Cultural Development On Native American Lands. *Tourism Geographies*, 6(1), 80-98. Doi:<https://doi.org/10.1080/14616680320001722346>.
- Prasetyo, H., Rosa, D., Jannah, R. & Handayani, B. (2021). The Revival Of The Past: Privatizing Cultural Practices In The Festival Era. *Open Cultural Studies*, 5(1), 194-207. Doi:<https://doi.org/10.1515/culture-2020-0125>.
- Quinn, B. (2005). Arts Festivals And The City. *Urban Studies*, 42(5), 927-943. Doi:10.1080/00420980500107250.
- Reisinger, Y. (1994). Tourist-Host Contact As A Part Of Cultural Tourism. *World Leisure & Recreation*, 36(2), 24-28. Doi:<https://doi.org/10.1080/10261133.1994.9673910>.
- Ritchie, J. (1984). Assessing The Impact Of Hallmark Events: Conceptual And Research Issues. *Journal Of Travel Research*, 23(1), 2-11. Doi:<https://doi.org/10.1177/004728758402300101>.
- Rosato, P., Caputo, A., Valente, D. & Pizzi, S. (2021). 2030 Agenda And Sustainable Business Models In Tourism: A Bibliometric Analysis. *Ecological Indicators*, 121(2021), 1-10. Doi:<https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2020.106978>
- Sharpley, R. (2014). Host Perceptions Of Tourism: A Review Of The Research. *Tourism Management*, 42, 37-49. Doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>.
- Shaw, G. & Williams, A. (2002). *Critical Issues In Tourism: A Geographical Perspective*. Oxford: Blackwell.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism And Business Opportunities For Museums And Heritage Sites. *Tourism Management*, 16(5), 361-365. Doi:[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00039-Q](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00039-Q).
- Slabbert, E., Plessis, E., & Digun-Aweto, O. (2021). Impacts Of Tourism In Predicting Residents' Opinions And Interest In Tourism Activities. *Journal Of Tourism And Cultural Change*, 19(6), 819-837. Doi:<https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1803891>.
- Small, K., Edwards, D. & Sheridan, L. (2005). A Flexible Framework For Evaluating The Socio-Cultural Impacts Of A Small. *International Journal Of Event Management Research*, 1(1), 66-77.
- Steer, A. & Wade-Gery, W. (1993). Sustainable Development: Theory And Practice For A Sustainable Future. *Sustainable Development*, 1(3), 23-35. Doi: <https://doi.org/10.1002/Sd.3460010306>.
- Tao, C., Huang, S. & Brown, G. (2020). The Impact Of Festival Participation On Ethnic Identity: The Case Of Yi Torch Festival. *Event Management*, 24(4), 527-536. Doi:<https://doi.org/10.3727/152599519x15506259856156>.
- Tayfun, A. & Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.
- Turan, Ö. (1999). Pomaks, Their Past And Present. *Journal Of Muslim Minorities Affairs*, 19(1), 69-83.
- Uğurlu, K., Eröz Sü, S., Turan, K., Çakir, A. & Ünal, A. (2012). *Kırklareli Ve Burgas'ın Tarihi, Kültürel, Doğal Ve Turistik Değerleri*. Kırklareli: Kırklareli Valiliği, Burgas Valiliği.

United Nations Environment Programme (Unep) And World Tourism Organization (Unwto). (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide For Policy Makers*. Fransa, Madrid: United Nations Environment Programme (Unep), World Tourism Organization (Unwto).

Ünlüönen, K., Tayfun, A. & Kiliçlar, A. (2011). *Turizm Ekonomisi (3. Baskı)*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Vahed, G. (2002). Constructions Of Community And Identity Among Indians In Colonial Natal, 1860-1910: The Role Of The Muharram Festival. *The Journal Of African History*, 43(1), 77-93. Doi:Io. O17/Sooz 8537200oo8oio.

Valtchinova, G. (2004). Folkloristic, Etnography, Or Anthropology: Bulgarian Ethnology At The Crossroads. *Journal Of The Society For The Anthropology Of Europe*, 4(2), 1-18.

Wichaisri, S. & Sopadang, A. (2017). Trends And Future Directions In Sustainable Development. *Sustainable Development*, 26(1), 1-17. Doi:10.1002/Sd.168.

World Commission On Environment And Development (Wced). (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

World Tourism Organization (2018). *Tourism And Culture Synergies*. Madrid: Unwto. Doi:Https://Doi.Org/10.18111/9789284418978.

Yavuz, E. & Altınay, M. (2015). Rekreasyon Etkinliklerine Katılımda Somut Olmayan Kültürel Mirasın Rolü. *Iii. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 156-161.

Yolal, M. (2017). Türkiye'nin Etkinlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2), 35-51.

Yolal, M., Gürsoy, D., Uysal, M., Kim, H. & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts Of Festivals And Events On Residents' Well-Being. *Annals Of Tourism Research*, 61, 1-18. Doi:Https://Doi.Org/10.1016/J.Annals.2016.07.008.

Yürük, P., Akyol, A. & Şimşek, G. (2017). Analyzing The Effects Of Social Impacts Of Events On Satisfaction And Loyalty. *Tourism Management*, 60(2017), 367-378. Doi: Https://Doi.Org/10.1016/J.Tourman.2016.12.016

ARE THE BALKAN COUNTRIES CONVERGING IN TERMS OF TOURISM AND ENVIRONMENTAL POLICIES?^{1,2}

BALKAN ÜLKELERİ TURİZM VE ÇEVRE POLİTİKALARI KAPSAMINDA YAKINSIYOR MU?

Mahmut Kadir İŞGÜVEN * *Ayberk ŞEKER* **

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 22.10.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024*

Öz

Ülkelerin çıkarları söz konusu olsa da Balkan ülkelerinde çevre koruma faaliyetlerinin ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesi için ortak politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Balkan ülkelerinin önemli bölümü Avrupa Birliği'ne üye olması ve çevre mevzuatına uyum sağlanması sebebiyle sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi hızlanmıştır. Bu çalışma ile Balkan ülkelerinde karbon emisyonu, gelen turist sayıları, enerji tüketimi ve şehirleşme düzeyleri açısından yakınsama modeli vasıtasıyla analiz edilmiştir. Analizler sonucunda, Balkan ülkeleri genelinde tüm değişkenlerde yakınsama görülmemekle birlikte, karbon emisyonu miktarında, gelen turist sayılarında, elektrik tüketiminde ve şehirleşme düzeylerinde ülkelerin alt gruplar içerisinde koşullu yakınsadıkları görülmüştür. Yakınsama modelinin sonuçları, Balkan ülkelerinin alt kümeler halinde birbirlerine yakınsadıklarını, ancak Balkan ülkeleri genelinde bu yakınsamanın olmadığını göstermektedir. Sonuç olarak, Balkan ülkelerinin kendi aralarında çevre politikaları ve sürdürülebilir turizm faaliyetleri açısından giderek yakınlaştıkları, fakat bu sürecin sonunda başarı elde edilebilmesi için Balkan ülkeleri genelinde iş birliğinin sağlanması önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Çevre, Yakınsama Modeli.

JEL Sınıflaması: B23, Q56, Z32.

Abstract

Despite varying national interests, it is essential to develop joint policies to promote environmental protection activities and sustainable tourism in the Balkan countries. The acceleration of sustainable tourism policy development in the Balkans is largely due to the membership of many Balkan countries in the European Union and the requirement to comply with environmental regulations. This study analyzes carbon emissions, tourist arrivals, energy consumption, and urbanization levels in the Balkan countries through a convergence model. The analysis reveals that, while convergence across all variables is not observed throughout the Balkans, conditional convergence is evident within subgroups of countries in terms of carbon emissions, tourist arrivals, electricity consumption, and urbanization levels. The results indicate that the Balkan countries converge within specific subgroups, though this convergence is not uniform across the region. Ultimately, while Balkan countries are progressively aligning their environmental policies and sustainable tourism practices, achieving long-term success will require enhanced cooperation across the entire Balkan region.

Keywords: Tourism, Environment, Convergency Model.

JEL Classification: B23, Q56, Z32.

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(4) , 414 - 423 / DOI: 10.29106/ fesa.1571788

² This study is the improved version of the paper presented at III. International Congress On Finance, Economy And Sustainable Policies (ICOFESP), Tirana, 19-21 September, 2024.

* Asst. Prof. Dr., Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, mkadir.isguven@btu.edu.tr, Bursa – Türkiye, ORCID: 0000-0001-9496-6452

** Assoc. Prof. Dr., Bursa Teknik Üniversitesi, Faculty of Humanities and Social Sciences, ayberk.seker@btu.edu.tr, Bursa – Türkiye, ORCID: 0000-0001-7750-6286

1. Introduction

Since the early 1990's, Balkan countries has been getting closer to European Union despite several existing disputes in the area. Regional fragments also interfered with the development of international trade and capital flows. Due to several factors such as country risk and technological infrastructure, economic development in the region has fallen behind (Bartlett, 2009: 22-23). Contrary to this, tourism has been growing within the limitations of the region. These limitations are caused by both unstable economies and political uncertainties, hence slowing down the potential to create a regional application to enhance tourism (Hall, 2000: 31-33).

Balkan region has become a tourism preference in the following years by offering new options: leisure, religion, sport activities, health, and so on. Even though finding new ways to attract more people made some parts of the area a center in tourism industry, the region is still behind the competitors. On the other hand, tourism sector is expected to grow and contribute to economic development (Knežević et al., 2017: 301-302). Accordingly, Özyurt & Kantarcı (2017: 90) indicates that competition and economic achievements are related to sustainability. The connection is rather significant in the policymaking, since tourism indicators are affected by environmental awareness.

The level of environmental policies' implementation in the Balkan countries differ as well as the level of emissions in each country (Prendi & Murrja, 2023: 219-220). Another research by Sanfey et al. (2016: 2) also states that living conditions diverge within the countries. Preventative applications in use of energy sources and infrastructure as well as policies can help mitigate the situation. However, Sergi (2001: 108-109) highlights that international implementations may be limited without inner stability.

In the industry of tourism, environmental policies and sustainability are significant in growth. Collaboration in these fields is also important due to challenges in the industry (Spalevic, 2023: 454-455). A study by Vukadinovic (2023) also draws attention to environmental challenges and effects of these challenges to the economies in the region. Hence, both local and international policies, namely European Union, are significant to overcome challenges presented by tourism activities and environment.

The challenges related to international trade and financial environment require protective implementations, thus limiting economic activities. Hence, protectionists policies may result in favor of exports (Keskin and Aydoğdu Bağcı, 2024: 799). Such practices may not always be in the best interest of a country since they may be implemented just to enhance economic activities without considering environmental effects.

Developing common policies to promote environmental protection activities and sustainability in tourism is important in the Balkan countries, though countries might have their own interests. Although, becoming a member to the European Union accelerates the implementation of sustainable tourism policies due to environmental requirements. Analyses on the region with respect to tourism and environmental policies are of importance to the literature. In this manner, this research analyzes the variables carbon emissions, tourist arrivals, energy consumption, and urbanization by the convergence model levels in the Balkan countries. The results provide significant policy suggestions to region.

2. Literature Review

Tourism and environmental policies play a significant role in economy. The roles can be explained by several relationships such as eco-tourism and environmental governance, tourism and sustainability, environmental policies and activism, and development in tourism and environmental policies. These subjects are of importance for the recent literature.

Eco-tourism and environmental governance are one of the areas covered in the recent literature. Shang et al. (2023) highlights the causal relationship between green governance and eco-tourism in developing economies and focuses on Balkans. The importance of the study is that it highlights how sensitive tourism in the region to economic indicators and geopolitics of the region. It also emphasizes to implement environmental policies to reach eco-tourism object. Another area stands out as tourism and sustainability. Shang et al. (2023: 7-8) suggests that regional sustainability is a key factor in terms of environmental degradation and CO₂ emissions. In order to reduce the effects of tourism-related harm in the region, policies should align across the countries.

Increasing environmental awareness pushes policymaking process to consider new approaches. According to The Balkan Forum (2022), policies in the Western Balkans are subject to this awareness and have to be implemented accordingly. Sustainable tourism goals of the countries need to account for difficulties presented by the tourism activities. Another research by Porfido (2020: 40-42) investigates how tourism development and policies regarding to environment are interacted in Western Balkans. According to the study, aligning policies are necessary to enhance economic growth while maintaining resources. More related research on the convergence, tourism, and environmental policies are given in Table 1.

Table 1: Literature Review

Author	Year	Subject	Methodology	Sample	Results
Ateljevic & Mitrovic	2024	EU's regional policies on tourism developments	Review	Bosnia and Herzegovina	Regional policies to enhance tourism results in economic growth
Beka et al.	2024	The role of environmental degradation on economy	Panel Data Analysis	OECD and Western Balkans	CO2 emission is influenced by inflation, business freedom, political stability
Ignjatović et al.	2024	Green transition	Review	Western Balkans	National strategies should be implemented, energy sector has challenges, opportunities in renewable energy usage and circular economy
Akbulaev	2023	The relationship between FDI, tourism, economy environment	Panel Data Analysis	Morocco, Zimbabwe, Mauritius, and Ethiopia	Tourism and CO2 effects each other significantly
Haller & Tacu Hârşan	2023	The relationship between tourism and environment	Longitudinal Data Analysis	Bulgaria, Romania and Türkiye	Tourism influences environment. International tourism receipts are not sustainable, but travel item receipts are. Different factors affect sustainability in each country.
Meşter et al.	2023	The relationship between the variables	Panel ARDL	European Union	In some countries tourism and GDP per capita is related in the short term. Tourism development index is affected by trade openness.
Mitić et al.	2023	Causal relationships of the variables	Panel Data Analysis	Southeast Europe	Short term bidirectional relationships between some variables, notably energy and employment. Long term unidirectional relationships, notably from energy to GDP

Pantović et al.	2023	Sustainable tourism	Entropy Method	European Union	Uniformness of variables helps sustainability in regard to environment
Destek & Aydin	2022	The role of tourism on sustainable development	STIRPAT, Second gen panel data	10 most visited countries	Economic growth is affected positively by tourism, energy intensity, and urbanization. These variables affect sustainable development index negatively
Pantović et al.	2022	Convergence in tourism competitiveness	Entropy Method	Balkans and Eastern Europe	Resources from nature and culture plays a significant role in tourism
Weiss	2020	Regional economic integrations	Review	Western Balkans	EU's strategy of regional cooperations has arrived late in the Balkans. Policies in the Balkans are imperfect
Xhaja & Kordha	2017	Information and communication technologies and their role on convergence	Time Series Analysis	Albania, Bosnia and Herzegovina, Kosovo, Macedonia, Montenegro and Serbia	Western Balkans are slightly converging to EU in terms of productivity but not in GDP per capita. Albania's convergence level is lesser than other countries.
Ozcan & Erdogan	2017	Convergence of Türkiye's tourist attractions	LM and RALS-LM	Türkiye	10 tourist attractions are found to be converging, hence policies implemented are meaningful
Selimi et al.	2017	Tourism and economic growth	Panel Data Analysis	Western Balkans	Tourism affects economic growth positively
Djordjevic	2014	International organizations' role in regionalization of environmental policies	Review	Southeast Europe	Regional policies to utilize the mountain ranges in SEE is evident. The importance of sustainable development and biodiversity is highlighted.

Karakosta et al.	2012	Renewable energy progress	Comparative Analysis	Bosnia and Herzegovina, Serbia	Renewable energy development on institutional level is slow in Bosnia and Herzegovina while Serbia's level is efficient
Albu	2011	Changes in economy as a factor of convergence	Spatial distribution, Simulations	European Union and Adriatic-Balkans Region	Convergence of EU is affected negatively in crisis. New members are affected the most

Recent literature indicates that Balkan Countries are in the progress of advancement in terms of converging tourism policies as well as environmental policies. On the other hand, challenges present significant gaps in aforementioned policies. European Union plays an accelerating role in the member countries of the region by obligatory legislations. In compliance with the literature given in Table 1, this research focuses on the analysis indicated by convergence model in the Balkan Countries with the following variables: CO₂ emissions, tourist arrivals, energy consumption, and urbanization levels.

3. Data and Methodology

This paper investigates which clusters of converging countries belong to in the Balkans by utilizing the convergence models proposed by Philips & Sul (2007) to assess tourism and environmental policies. Data on carbon emissions, economic growth, tourist arrivals, energy consumption and urbanization levels of the Balkan countries are used within the scope of the research. Carbon emissions and electricity consumption data are gained from the International Energy Agency, while tourist arrivals were obtained from the UN Tourism Statistics Database. Data on gross domestic product and the ratio of urban population to total population are obtained from the World Bank database. The series used in the paper are annual and belong to the period between 1995-2021. Information about the variables used in the paper is as follows:

$\ln(\text{co2})$: Greenhouse Gases of Balkan Countries (MtCO₂e)

$\ln(\text{gdp})$: Gross Domestic Product of Balkan Countries (current US\$)

$\ln(\text{arrivals})$: Tourist Arrivals in Balkan Countries (Thousands)

$\ln(\text{electricity})$: Electricity Consumption of Balkan Countries (TWh)

$\ln(\text{urban})$: Urban population (% of total population)

The stationarity of the variables is analyzed using the Im et al. (2003) and Breitung (2000) panel unit root tests, followed by an examination of convergence or divergence among Balkan countries via the convergence models developed by Philips & Sul (2007). Then, the causal relationships between the variables are investigated through the Dumitrescu & Hurlin (2012) causality test.

It is necessary for the variables to be stationary at their levels or first differences in the search of the analysis of the relationships between variables. The stationarity of the variables is tested using panel unit root tests developed by Im et al. (2003) (1,2) and Breitung (2000) (3). The models for the unit root tests are presented below:

$$\Delta y_{it} = \alpha y_{it-1} + \sum_{j=1}^{\rho_i} \beta_{ij} \Delta y_{i,t-j} + X'_{it} \delta + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$\Gamma_{\bar{t}} = \frac{\sqrt{N}\{\bar{t}_{NT} - E(t_T | \rho_i = 0)\}}{\sqrt{\text{Var}(t_T | \rho_i = 0)}} \quad (2)$$

$$\Gamma_{\bar{t}} = \frac{\sqrt{N}\{\bar{t}_{NT} - E(t_T | \rho_i = 0)\}}{\sqrt{\text{Var}(t_T | \rho_i = 0)}} \quad (3)$$

This paper employed the nonlinear time-varying factor model developed by Philips & Sul (2007) to examine the convergence hypothesis. This convergence analysis does not assume whether the variables are trend stationary or not stochastically stationary. The log-t test is chosen for the convergence analysis because it provides more accurate and consistent results compared to traditional convergence models (Şimdi, 2021: 561). Phillips & Sul (2007) argue that it is crucial to utilize additional econometric techniques to examine convergence as part of heterogeneity among individuals and to analyze the evolution of heterogeneity over time and across groups. If the

null hypothesis cannot be rejected in the model, there is neither convergence nor divergence. If the null hypothesis is rejected, it can be said that there is divergence or convergence between the relevant units by looking at the sign of the t-score.

Following the convergence analysis, the causal relationships among the variables are tested using the Dumitrescu & Hurlin (2012) panel causality test. Dumitrescu & Hurlin (2012) state that the causal relationship yields effective and reliable results as the number of observations increases. Additionally, it provides consistent results even if the time dimension is larger or smaller than the unit dimension. The Dumitrescu & Hurlin panel causality test model is as follows (4):

$$Y_{i,t} = a_i + \sum_{k=1}^k Y_i^{(k)} Y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^k \beta_i^{(k)} X_{i,t-k} + e_{i,t} \quad (4)$$

Dumitrescu & Hurlin (2012) examine the hypothesis that the homogeneous Granger causality relationship disappears across all units with the counter-hypothesis that this relationship exists in at least one unit.

4. Empirical Results

The stationarity of the series must first be tested in order to obtain consistent results from panel data analysis. If the series are not stationary, the relationships identified between the variables may be spurious. In this context, unit root tests developed by Im et al. (2003) and Levin et al. (2002) are initially performed for the convergence analysis of the Balkan countries.

Table 2. Panel Unit Root Test Results

Variables		Im, Pesaran & Shin		Levin, Lin & Chu	
		Constant	Constant+Trend	Constant	Constant+Trend
Level	<i>ln(co2)</i>	-3.077***	-4.488***	-3.887***	-4.333***
	<i>ln(gdp)</i>	-0.665	-4.807***	-4.445***	-4.729***
	<i>ln(arrivals)</i>	-1.567**	-1.443*	-3.393***	-1.121
	<i>ln(electricity)</i>	-1.829**	-1.511*	-4.025***	-0.996
	<i>ln(urban)</i>	-4.703***	-2.895***	-10.657***	-1.014
First Difference	<i>ln(co2)</i>	-14.251***	-11.471***	-11.819***	-6.906***
	<i>ln(gdp)</i>	-4.449***	-4.487***	-4.729***	-4.306***
	<i>ln(arrivals)</i>	-12.747***	-11.126***	-12.954***	-10.643***
	<i>ln(electricity)</i>	-9.651***	-9.975***	-9.632***	-10.071***
	<i>ln(urban)</i>	-4.949***	-97.307***	-6.002***	-80.623***

Note: ***, ** and * refer to significance at 1%, 5% and 10% levels respectively.

Table 2 presents the Im, Pesaran, & Shin (2003) and Levin, Lin, & Chu (2002) unit root test results for the variables. Upon examining the results, it is determined that the variables are stationary at their levels and first differences, so variables did not contain unit roots. Moreover, there is no assumption about the stationarity of the variables for the application of the convergence model.

In this study, if the t-score obtained from the one-tailed t-statistic is higher than "-1.65", the coefficient is considered statistically significant (Du, 2017). If the coefficient is higher than "2", there is absolute convergence among the countries in the club; if it is less than "2" but positive, there is conditional convergence. If the coefficient is statistically significant and less than zero, a divergence process is observed among the countries.

Table 3. CO₂ Emissions Convergence of Balkan Countries

Clubs	Countries	Coefficient	T-Statistics
Club 1	Bosnia, Bulgaria, Romania, Serbia, Greece	0.135	2.423
Club 2	Croatia, Slovenia	-0.005	-0.046
Club 3	Albania, North Macedonia	0.229	7.242
Club 4 (Not Convergence)	Montenegro, Türkiye	-0.729	-64.281

Table 3 presents the convergence analysis results for carbon emissions in Balkan countries, revealing that these countries generally do not exhibit a convergence process according to the results. Besides, it has been determined that Bosnia-Herzegovina, Bulgaria, Romania, Serbia and Greece in the first club and Albania and North Macedonia

in the third club are in the process of conditional convergence. It is seen that Montenegro and Türkiye do not participate in any club and they have conditional divergence from the Balkan countries.

Table 4. GDP Convergence of Balkan Countries

Clubs	Countries	Coefficient	T-Statistics
	Balkan Countries		
Club 1	Bulgaria, Croatia, Greece, Romania, Serbia, Slovenia	-0.036	-1.436
Club 2	Albania, Bosnia, Montenegro, North Macedonia, Türkiye	-0.691	-52.362

The results of the convergence analysis of gross domestic product are shown in Table 4. According to the results, there is no convergence process in the Balkan countries regarding GDP data. However, Albania, Bosnia, Montenegro, North Macedonia, and Türkiye demonstrate a conditional divergency process within the region.

Table 5. Tourist Arrivals Convergence of Balkan Countries

Clubs	Countries	Coefficient	T-Statistics
	Balkan Countries		
Club 1	Croatia, Greece, Türkiye	0.378	6.508
Club 2	Albania, Bosnia, Bulgaria, Montenegro, North Macedonia, Romania, Serbia, Slovenia	0.006	0.356

Table 45 shows the results of the convergence analysis regarding the tourist arrivals the Balkan countries. According to the results, Croatia, Greece and Türkiye have a conditional convergence process in club 1, while there is a divergence process in terms of tourist arrivals in the Balkan countries.

Table 6. Electricity Consumption Convergence of Balkan Countries

Clubs	Countries	Coefficient	T-Statistics
	Balkan Countries		
Club 1	Greece, Romania	3.693	4.644
Club 2	Bosnia, Croatia, Slovenia	0.504	28.249
Club 3	Albania, North Macedonia	6.332	3.458
Club 4 (Not Convergence)	Bulgaria, Montenegro, Serbia, Türkiye	-1.254	-110.155

Table 6 provides the convergence analysis results for electricity consumption in Balkan countries. It is showed a divergence process in these countries generally. As a result of the analysis, it is observed that clusters 1 and club 3 have absolute convergence process, while it is found that club 2 have a conditional convergence process. However, it is observed that Bulgaria, Montenegro, Serbia and Türkiye do not participate any convergent club in the Balkan countries.

Table 7. Urbanization Convergence of Balkan Countries

Clubs	Countries	Coefficient	T-Statistics
	Balkan Countries		
Club 1	Albania, Bulgaria, Greece, Türkiye	0.649	9.837
Club 2	Bosnia, Croatia, North Macedonia, Serbia, Slovenia	0.176	5.203
Club 3 (Not Convergence)	Montenegro, Romania	-1.637	-40.363

Table 7 shows the results of the convergence analysis regarding urbanization in the Balkan countries. According to the results obtained, it is seen that there is no general convergence process in the urbanization of the Balkan countries. However, the countries in club 1 and club 2 have conditional convergence, while Montenegro and Romania do not participate in any convergent club.

Table 8. Panel Causality Test Results

Causality Relationships	Z HNC N, T	Z HNC N
$\ln(arrivals) \neq \ln(co2)$	5.635***	6.864***
$\ln(co2) \neq \ln(arrivals)$	0.528	0.845
$\ln(electricity) \neq \ln(co2)$	5.133***	6.272***

$\ln(\text{co2}) \rightleftarrows \ln(\text{electricity})$	4.883***	5.979***
$\ln(\text{gdp}) \rightleftarrows \ln(\text{co2})$	6.189***	7.518***
$\ln(\text{co2}) \rightleftarrows \ln(\text{gdp})$	0.703	1.049
$\ln(\text{urban}) \rightleftarrows \ln(\text{co2})$	7.864***	9.492***
$\ln(\text{co2}) \rightleftarrows \ln(\text{urban})$	35.311***	41.839***
$\ln(\text{electricity}) \rightleftarrows \ln(\text{arrivals})$	1.345	1.808
$\ln(\text{arrivals}) \rightleftarrows \ln(\text{electricity})$	2.057**	2.647***
$\ln(\text{gdp}) \rightleftarrows \ln(\text{arrivals})$	8.309***	10.015***
$\ln(\text{arrivals}) \rightleftarrows \ln(\text{gdp})$	0.161	0.413
$\ln(\text{urban}) \rightleftarrows \ln(\text{arrivals})$	6.737***	8.163***
$\ln(\text{arrivals}) \rightleftarrows \ln(\text{urban})$	12.779***	15.284***
$\ln(\text{gdp}) \rightleftarrows \ln(\text{electricity})$	2.903***	3.645***
$\ln(\text{electricity}) \rightleftarrows \ln(\text{gdp})$	4.931***	6.034***
$\ln(\text{urban}) \rightleftarrows \ln(\text{electricity})$	4.083***	5.035***
$\ln(\text{electricity}) \rightleftarrows \ln(\text{urban})$	42.113***	49.855***
$\ln(\text{urban}) \rightleftarrows \ln(\text{gdp})$	3.433***	4.269***
$\ln(\text{gdp}) \rightleftarrows \ln(\text{urban})$	65.436***	77.342***

Note: ***, ** and * refer to significance at 1%, 5% and 10% levels respectively.

Table 8 demonstrates the results of the Dumitrescu & Hurlin (2012) panel causality test, which reveals the causality relationships among the variables. According to the panel causality test results, it is seen that there is a bidirectional causality relationship between urbanization rate and carbon emissions, number of tourists, GDP, electricity consumption. In addition, it is determined that there is a bidirectional causality relationship between electricity consumption and carbon emissions, GDP. Moreover, it is observed that there is a unidirectional causality relationship from the tourist arrivals to carbon emissions and electricity consumption. Furthermore, it is confirmed that there is a unidirectional causality relationship from gross domestic product to the tourist arrivals and carbon emissions.

5. Conclusion

Nowadays, it is seen that the deepening of the globalization process and the economic and cultural relations between countries are rapidly increasing. Both commercial and cultural relations have accelerated the circulation of individuals between countries and triggered the development of tourism. Another situation that has accelerated with globalization has been global warming and climate change. It is observed that the carbon emission levels of the countries are also increasing rapidly with the rapid industrialization and increase in commercial activities of the countries. In this context, it is carried out the convergence analyses and causality analyses in line with the data on carbon emissions, economic growth, tourist arrivals, energy consumption and urbanization levels of the Balkan countries between 1995 and 2021.

Firstly, the stationarity of the variables is tested using panel unit root tests developed by Im et al. (2003) and Levin et al. (2002) within the scope of the study. As a result of panel unit root analysis, it is determined that the variables are stationary. In this regard, it is revealed that it can be applied the convergence analysis put forward by Philips & Sul (2007) and the panel causality analysis developed by Dumitrescu & Hurlin (2012).

According to the convergence analysis results, it is determined that there is no convergence process in the Balkan countries in general. Besides, it is observed that countries form various clubs among themselves. In the Balkan countries, it is found that Bosnia-Herzegovina, Bulgaria, Romania and Serbia, and Albania and North Macedonia have a conditional convergence process as two separate clubs in terms of carbon emissions. As a result of the GDP convergence analysis, it is observed that there is a divergence process among the Balkan countries. Examining the results of the convergence analysis conducted on the tourist arrivals, it is revealed that the club formed by Croatia, Greece and Türkiye has a conditional convergence process. Evaluating the convergence analysis of electricity consumption, it is seen that Greece and Romania, Albania and North Macedonia have absolute convergence process in separate clubs, while Bosnia, Croatia and Slovenia have conditional convergence process. Finally, according to the results of the convergence analysis regarding the level of urbanization, it is determined that Albania, Bulgaria, Greece and Türkiye and Bosnia, Croatia, North Macedonia, Serbia and Slovenia are in separate clubs and there is conditional convergence between them.

According to the results of Dumitrescu & Hurlin (2012) panel causality analysis, it is determined that there is a bidirectional causality relationship between urbanization rate and carbon emissions, number of tourists, GDP and electricity consumption. In addition to this, it is revealed that there is a bidirectional causality relationship between

electricity consumption and carbon emissions and GDP. Moreover, it is found that there is a unidirectional causality relationship from the tourist arrivals to carbon emissions and electricity consumption, while there is a unidirectional causality relationship from gross domestic product to the tourist arrivals and carbon emissions.

Evaluating the analysis results, it is seen that there is no convergence process in the Balkan countries in terms of tourism and environmental policies in general. Although conditional or absolute convergence processes have been identified among various countries in the region, it is determined that common policies which protect the environment and develop tourism potential are necessary throughout the Balkan countries. After all, revealing the causality relationships between carbon emissions, electricity consumption, urbanization, economic growth and tourist arrivals, which negatively affect the environment, reveals that the development of common economic, tourism and environmental policies in the Balkan countries is inevitable.

References

- Akbulaev, N. (2023). The Effect of Tourism, Foreign Direct Investment and Growth on CO2 Emissions: Panel Data Analysis. *Foreign Direct Investment and Growth on CO2*.
- Ateljevic, A. M., & Mitrovic, G. (2024). THE IMPORTANCE OF REGIONAL POLICY OF THE EUROPEAN UNION FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN BOSNIA AND HERZEGOVINA. *Proceedings EKONBIZ*, (24).
- Bartlett, W. (2009). Economic development in the European super-periphery: Evidence from the Western Balkans. *Economic annals*, 54(181), 21-44.
- Beka, A., Bilalli, A., & Gara, A. (2024). Assessing the Role of Economic, Financial, and Institutional Dynamics on CO2 Emissions: Comparative Analysis of OECD and Western Balkan Regions. *Ekonomika*, 103(3), 6-21.
- Destek, M. A., & Aydın, S. (2022). An empirical note on tourism and sustainable development nexus. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(23), 34515-34527
- Djordjevic, D. (2014). International agreements and region-building in the mountains of South East Europe. *Mountain Research and Development*, 34(1), 4-12.
- Du, K. (2017). Econometric Convergence Test and Club Clustering Using Stata. *The Stata Journal*, 17(4), 882-900.
- Dumitrescu, E. I. & Hurlin, C. (2012). Testing for Granger Non-Causality in Heterogeneous Panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450-1460.
- Gjika, E. X., & Tolica, E. K. (2017). Assessing ICT role to economic convergence of albania and western balkans to European union. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(5), 50-56.
- Hall, D. R. (2000). Tourism as sustainable development? The Albanian experience of 'transition'. *International Journal of Tourism Research*, 2(1), 31-46.
- Haller, A. P., & Tacu Hârşan, G. D. (2023). Longitudinal Analysis of Sustainable Tourism Potential of the Black Sea Riparian States Bulgaria, Romania and Turkey. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4), 2971.
- Ignjatović, J., Filipović, S., & Radovanović, M. (2024). Challenges of the green transition for the recovery of the Western Balkans. *Energy, Sustainability and Society*, 14(1), 2.
- Im, K., Pesaran, M. H. & Shin, Y. (2003) Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels. *Journal of Econometrics*, 115, 53-74.
- Knežević, M., Đokić, A., & Jovanović, S. (2017). New Forms of Tourism and New Tourism Management on the Balkans. *WWJMRD 2017*, 3(9), 299-307.
- Levin, A., Lin, C. F. & Chu, C. S. J. (2002). Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite-sample Properties. *Journal of Econometrics*, 108, 1-24.
- Meşter, I., Simuţ, R., Meşter, L., & Băc, D. (2023). An investigation of tourism, economic growth, CO2 emissions, trade openness and energy intensity index nexus: Evidence for the European Union. *Energies*, 16(11), 4308.
- Mitić, P., Fedajev, A., Radulescu, M., & Rehman, A. (2023). The relationship between CO2 emissions, economic growth, available energy, and employment in SEE countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(6), 16140-16155.
- Ozcan, B., & Erdogan, S. (2017). Are Turkey's tourism markets converging? Evidence from the two-step LM and

three-step RALS-LM unit root tests. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 425-442.

Özyurt, P. M., & Kantarcı, K. (2017). The intervening role of competitiveness on the relationship between sustainability and tourism performance: A research on European countries. *Economic Themes*, 55(1), 89-103.

Pantović, D., Bošković, N., & Petrović, T. (2022). Measuring convergence in tourism competitiveness of natural and cultural resources: a case of the Balkans and Eastern Europe. *Ekonomický časopis (Journal of Economics)*.

Pantović, D., Kostić, M., Veljović, S., & Luković, M. (2023). Evaluation Model of Environmental Sustainable Competitive Tourism Based on Entropy. *Problemy Ekorozwoju*, 18(2), 193-203.

Philips, P. C. & Sul, D. (2007). Transition Modeling and Econometric Convergence Tests. *Econometrica*, 75(6), 1771-1855.

Porfido, E. (2020). Tourism development in the Western Balkans: Towards a common policy. *Annual Review of Territorial Governance in the Western Balkans*, 2, 24-45.

Prendi, L., & Murrja, A. (2023). How Are the Balkan Countries Progressing Toward Green Economy. *Review of Economics and Finance*, 21, 212-220.

Sanfey, P., Milatovic, J., & Kresic, A. (2016). How the Western Balkans can catch up. EBRD Working Paper No. 185, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3119685> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3119685>

Selimi, N., Sadiku, L., & Sadiku, M. (2017). The impact of tourism on economic growth in the Western Balkan countries: An empirical analysis. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research (IJBSAR)*, 10(2), 19-25.

Sergi, B. S. (2001). Do the Balkans look west or simply to the EU? From a distorted economy to a prospective open economy. *SEER-South-East Europe Review for Labour and Social Affairs*, (03), 89-112.

Shang, Y., Bi, C., Wei, X., Jiang, D., Taghizadeh-Hesary, F., & Rasoulinezhad, E. (2023). Eco-tourism, climate change, and environmental policies: empirical evidence from developing economies. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-9.

Şimdi, H. (2021). Brexit Kararının İhracat Yakınsama Modeliyle Değerlendirilmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 555-569.

Spalevic, V., Škatarić, G., & Dudic, B. Promoting green and sustainable practices in Montenegro's tourism industry: policy measures for sustainable growth with the idea of addressing the risk of climate change. *NOVI SAD, APRIL 2023.*, 454.

The Balkan Forum (2022), Environmental Activism in the Western Balkans, <https://thebalkanforum.org/2022/05/16/environmental-activism-in-the-western-balkans/> Access Date: 01.10.2024

Vukadinovic, N. (2023). Environmental democracy in the Western Balkans between dependent capitalism and integration into the European Union. 13 p. <https://sciencespo.hal.science/hal-04124597/>

Weiss, S. (2020). Pushing on a string? An evaluation of regional economic cooperation in the Western Balkans.

Zienkiewicz, T. (2021). Convergence and socio-economic development disparities in the Balkan Peninsula. *Wiadomości Statystyczne. The Polish Statistician*, 66(12), 1-23.

Keskin, M., & Aydoğdu Bağcı, S. (2024). The Impact of Taxation on International Commerce and Exchange Rate on Imports. *Politik Ekonomik Kuram*, 8(3), 798-813.

AN APPLICATION RESEARCH ON DETERMINING THE LEVEL OF CAPITALISM OF YOUNG CONSUMERS USING GAMIFICATION METHOD IN THE FOOTSTEPS OF GOGOL AND WEBER¹²

GOGOL VE WEBER'İN İZİNDE GENÇ TÜKETİCİLERİN KAPİTALİSTLEŐME DÜZEYİNİ OYUNLAŐTIRMA YÖNTEMİYLE BELİRLEME ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Dr. Mustafa Şehirli ³

Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 23.10.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024

Öz

Bu araştırmanın amacı pazarlamacıların tüketicileri daha iyi anlamaları ve pazarlamanın geleceğini yönetmelerini sağlamak üzere tüketicilerin ne oranda kar maksimizasyonu peşinde koşan rasyonel tüketiciler olduklarını ve birbirlerine ne oranda güvendiklerini farklı bir araştırma yöntemiyle ortaya koymaktır. 156 üniversite öğrencisi Gogol'un Ölü Canlar romanının ana konusu ve kahramanlarının kısa canlandırılmasıyla (role playing) araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma sonunda ortaya çıkan davranış modelleri romandaki kahramanlarla eşleştirilerek yorumlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların %47'si karşı tarafa güven duyarken, %26'sı hem güven duymuş hem de kendi faydasını maksimize etmeye çalışmaksızın empatik bir davranış sergilemiştir. Bu oranın toplumsal açıdan iyimser bir tablo oluşturduğu iddia edilebilecektir. Katılımcıların sadece % 3'ünün romanın en kapitalist ve güvenilmez karakterine denk gelen bir davranış sergilemiş olması da bu iddiayı destekler durumdadır. Ayrıca araştırmada güven duygusu ile fayda maksimizasyonu davranışı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı anlaşılmıştır. En yüksek maddi çıkar sağlayanlar ise karşı tarafa güven duymaksızın kendi faydasını maksimize etme güdüsüne sahip olanlardır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışları, Kapitalizm, Güven, Rasyonel Davranış, Kar Maksimizasyonu

Abstract

This research aims to understand consumers and manage the future of marketing by revealing the extent to which consumers have embraced capitalism and the degree to which they trust each other through a unique research method. One hundred fifty-six university students were included in the study, and they role-played the characters of Gogol's novel "Dead Souls" according to its main theme. According to the results, 47% of the participants trusted the other party, while 26% trusted the other party and exhibited empathetic behaviour without seeking to maximize their benefits. As an optimistic result, only 3% of respondents exhibited behaviour that equated to the novel's most capitalist and unreliable character. Furthermore, the quantitative analysis revealed that participants who trusted the other party were more inclined to reach agreements in negotiations. Those who achieved the highest financial gain sought to maximize their benefits without trusting the other party.

Keywords: Consumer Behavior, Capitalism, Trust, Rational Behavior, Profit Maximization

JEL: M30, M39, D91

¹ Ethics Approval: SBU Hamidiye Ethics Committee, No: 25-6, Date: 18.11.2022

² **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(4) , 424 – 439 / DOI: 10.29106/ fesa.1572513

³ Dr. Öğr. Üyesi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, mustafa.sehirli@sbu.edu.tr , İstanbul, Türkiye, ORCID 0000-0002-4800-0283

1. Introduction

The science of marketing has flourished and developed within capitalism. Therefore, to understand marketing and foresee its future, it is crucial to understand the dynamics of capitalism. According to Weber (2011), the essence of capitalism lies in "rational" behaviour. In capitalist societies, individuals are assumed to be rational entities striving to maximize their interests. This assumption applies to consumers and companies, but behavioural economists have debated and criticized it, especially. It is also acknowledged that due to risk and uncertainties, individuals often act emotionally and intuitively.

This research does not aim to conduct an economic theory study; instead, it focuses on two essential aspects from the perspective of marketing science. The first is the outcomes of consumers' behaviours, and the second is the unique methodology of the research that could serve as an example for other studies. It is anticipated that both of these aspects will provide benefits for marketers. In the conclusion of the research, some recommendations have been developed for marketers to enhance the company's image in the minds of consumers. The greatest benefit of this research for marketers is that it provides insights into consumers' perceptions and behaviours in commercial relationships.

The consumer qualities revealed in the research have been examined in two dimensions that complement each other and are based on the sense of trust: rational behaviour and the tendency towards profit maximization. As these findings contain implications about the developmental climate of marketing (capitalism), they are likely to offer strategic benefits. For instance, it could offer responsive clues to questions such as "As the ratio of altruistic individuals in society increases, will the importance of social marketing also rise? Will profit margins continue to decrease depending on the proportion of consumers pursuing profit maximization? Have the limits of marketing development been reached? Will increasingly self-interested consumers exert more pressure on brands? Should we expect people to consume less if rational behaviour is on the rise?"

In previous research that discussed the rationality of consumer behaviour, quantitative techniques were used, and decisions were mainly examined through observations or experimental methods. Biological (neurological) studies have been added to these research approaches. In this study, a different approach was taken, utilizing a qualitative projective research technique called 'role-playing,' exerted through the theme and characters of a novel. Although the superiority of projective techniques over quantitative research has been demonstrated in many studies on consumer research, they are still underutilized (Başfıncı, 2020, p.133; Zaltman, 2003). However, quantitative analyses were also conducted to support the qualitative research. This support does not mean that the research is a quantitative study. The qualitative interpretations have been substantiated with numerical data. In this regard, the research can be defined as a quantified qualitative study. Therefore, no study with a similar method to this research has been found in the literature. Thus, this study's methodology is expected to serve as an example for future research.

Before providing information about the research and its results in the following sections, one of the symbolic thinkers of capitalism, Max Weber's views on capitalism and rationality, as well as behavioural theories, are presented. Following that, an explanation is given about the novel under examination and the research methodology, which is considered quite distinct.

In this study, research and publication ethics were complied with.

2. Literature

2.1. Weber, Capitalism, and Rationality

It is necessary to acknowledge that marketing has flourished and developed within the context of capitalism. On the other hand, capitalism, which is the prevailing economic ideology of today, despite being credited for various societal, scientific, and industrial developments due to its competitive approach, can also be seen as the source of unacceptable injustices and unsustainable resource waste in the world (Bukowski & Novokmet, 2021, p.237)

The origins of capitalism lie within modernism, which was nurtured by Western civilization and emerged from ancient Greek philosophy. Indeed, the foundation of Western metaphysics is based on a dualistic philosophical approach, inherited from Plato, seeking the absolute, who was influenced by predecessors such as Zenon, Heraclitus, and Parmenides (Erdoğan & Poyraz, 2022, p. 275). In a very broad summary, as we come to Weber, the dualistic nature of Existence and the pursuit of the absolute, which can be defined as logos, have transformed into rationality and rational behaviour. In Weber's interpretation of logos, this duality has given rise to distinctions such as rational/irrational, modern/traditional, progress/backwardness, and West/East (Turner, 1984, pp. 74-76).

According to Weber, the emergence of capitalism was not solely driven by the bourgeoisie's pursuit of profit; individuals driven by the desire for profit existed even before capitalism. Additionally, Weber argues that the detachment of religion (magic) from life played a role in the birth of capitalism (Torun, 2008). Thus, Weber associated the origins of capitalism with religion (Protestantism) and the Reformation. According to Weber, the Eastern individuals who failed to develop due to their lack of rational behaviour are religious, rural, primitive, believers in magic, and individuals who act based on tradition and emotions (Turner, 2019). Therefore, the traditional state in the East is characterized by a patrimonial (father-to-son inheritance) and prebendal (loyalty-based) governance system. The capitalist individual that brings about capitalism has transformed into a methodical worker under the banner of a profession, refraining from excessive consumption and ostentation, exhibiting thrift, diligence, passion for work, and a focus on tasks and duties. Thus, religious ethics have been rationalized into a utilitarian worldview. In this worldview, acting based on emotional reasons means departing from rationality. It is evident that the capitalist individual described by Weber, who practices thrift rather than excessive consumption, is not the type of individual that contemporary marketing seeks. Indeed, according to another economic history thinker, according to Sombart (2020), the roots of capitalism lie in the spirit of entrepreneurship and the influence of the bourgeoisie. According to the author, instead of the needs-based work mentality that existed before capitalism, the emergence of the capitalist mentality, which focuses on producing and selling more, even with low profit, is rooted in bourgeois virtues such as dedication to work, industriousness, thriftiness, and honesty. However, these virtues have now become objective principles of economic behaviour rather than the personal will of the capitalist entrepreneur. In this regard, the renowned historian Braudel (1996) supports Sombart rather than Weber. Sombart (2020) states that in the first period of capitalism, which is currently crushing everything in front of it, the first bourgeois who emerged in Italy acted more towards meeting needs. They came across a contented, honest and hardworking type of person. However, according to the author, after the industrialization and emergence of large corporations in the 19th century, the bourgeoisie somehow became immoral. In other words, the bourgeoisie has transformed into cunning individuals driven by greed for profit and growth. Another expression of this transformation is the shift from a production society to a consumer society. On the other hand, in contrast to Weber, who links the emergence of capitalism to Protestantism, Karl Marx, who connects it to bourgeois society, argues that the evolution of economic society consists of five stages (Kaya, 2012): Primitive Communism, Feudalism, Capitalism, Socialism, and Communism. According to Marx, the capitalist system of his time evolved into Socialism and Communism, which were established by the working class, or proletariat (Cirhinlioğlu, 1999, p. 122)

According to Weber (2011), capitalism is the rational balance of the drive for unlimited gain and profit, meaning the display of behaviour aimed at a profit through the peaceful utilization of exchange possibilities in the most rational manner. The most crucial word this definition needs to emphasize is 'rational.' Furthermore, according to Weber, although it encompasses different meanings, rationality involves systematically evaluating data for a purpose, demonstrating consistency with nature while eliminating magic (metaphysical elements) (Weber, 2019). In another definition, rational behaviour is acting thoughtfully, calculatingly, with minimal resources to achieve the most optimal benefit – in other words, it is economic behaviour (Erkan, 1987, p. 31). This presents a paradox. The more consumers become capitalist or act rationally, the less they should consume. However, the opposite is true; people are consuming more and more. Therefore, it could be claimed that individuals are irrational or that Weber is incorrect. Although this theoretical debate remains beyond the scope of this research, the most significant concept that explains the relationship between consumption behaviour (excess) and rational behaviour could be utility maximization. In economic understanding, one of the most concrete manifestations of rational behaviour is utility/profit maximization. Schoemaker (1982, p. 531) suggests that in their books 'Theory of Games and Economic Behavior' (1944), Von Neumann and Morgenstern proposed axioms for utility maximization to express rational behaviour. The subjectivity of utility could provide a rational explanation for increased consumption since, for the modern individual, utility, pleasure, and the concept of consumption converge on the same axis.

On the other hand, it is necessary to discuss neoclassical economic theories about consumers' rational behaviour. One of these theories, the "Expected Utility Theory," acknowledges that individuals always strive to increase their benefits in a rational manner. Nevertheless, other studies (Herbert Simon's Bounded Rationality study, Allais and Ellsberg Paradoxes) and expressed criticisms have shown that individuals do not act as rationally as believed due to risks and uncertainties (Zsolnai, 1998, p. 614). Particularly in 1979, Daniel Kahneman and Amos Tversky provided a more realistic approach by revealing that individuals are influenced by irrational, intuitive, and emotional factors when making decisions under uncertainty (Prospect Theory), challenging the Expectation Theory. In fact, a similar evaluation was made by Keynes in his work 'A Treatise on Probability' (Aksoy & Şahin, 2015, p. 2). Therefore, one of the most significant factors challenging rational behaviour is uncertainty. It is important to note that uncertainty differs from risk – while risk can be mitigated through experimentation and statistical methods, uncertainty cannot be

eliminated even with complete information (Alada, 2000, p. 69). Indeed, scientists striving to eliminate uncertainties have turned to new methods such as neuromarketing or neuroeconomics to achieve more precise results in consumer behaviour. It is apparent that one of the most influential concepts on rational behaviour or profit maximization behaviour is uncertainty. Thus, in order to remain selective and not stray too far from the primary axis of consumer behaviour, it is essential for the study to briefly touch upon the concept of trust, which is one of the most significant determinants of uncertainty in consumer behaviour.

2.2. The Element of Trust in Consumer Behavior

Trust is generally understood as a sense of security (Weiss et al., 2021, p.124; Dick & Basu, 1994), a state of accuracy and safety (Morgan & Hunt, 1994). Trust has many positive results, such as loyalty, satisfaction, and repeat purchases (Sullivan & Kimb, 2018). Trust, which has extensive literature, can be economically defined as the assurance that economic agents are not harmed in their mutual relationships (Özsağır, 2017, p.49). As reported by Nikbin et al. (2022, p. 496), Silva et al. (2020) and Ventre & Kolbe, (2020), trust is a critical antecedent of customers' behaviour. In the research, the concept of trust, which will influence profit maximization and rational behaviour, was tested through bilateral relationships (an application of negotiation). Therefore, briefly discussing some research that examines the concept of trust through negotiation will be beneficial.

Mutual trust between negotiating parties is a fundamental condition for a negotiation where both parties benefit (Öztürk & Dağ, 2021). In fact, the absence of the trust element is a significant reason for the failure of negotiations (Özaralli, 2015). If one party in a negotiation finds the other party untrustworthy, they may behave the same way, and the negotiation may not result as intended. Therefore, especially in negotiations intended to be long-term, the parties may want to behave more ethically (Yurtsever, 1999). During a negotiation, if one party creates the impression that the other party is honest and trustworthy, this leads to liking and increased attractiveness of that party (Thompson, 1990). Conversely, in a mutual relationship, if a person sees others as less ethical, they may not feel the need to improve themselves morally (Ferrell & Weaver, 1978). According to Pitney and Abratt (1986), someone who believes everyone engages in unethical behaviour can accept this as part of the business.

In conclusion, this research also examined how individuals behave under uncertain circumstances, whether rational or considering profit maximization, and the relationship between these variables and the sense of trust. The method used to conduct this examination was based on Gogol's (2010) novel "Dead Souls." Therefore, it will be useful to provide brief information about the societal meanings of novels and the novel "Dead Souls."

2.3. Novels as Social Indicators

According to Hoggart (1966), a social expert can only fully understand a society with the testimony of literature. Game and Metcalfe (1999) go even further, stating that literature puts into writing the knowledge that sciences attempt to discover. Dönmez (2020), citing the works of other authors, has given examples from many literary works that made accurate predictions for the future. For instance, according to Bahtin (2005), in the novel "Gargantua," signs of modernism that would come in the 16th century, according to Lowenthal (1989, p. 40-44), in Knut Hamsun's novels, indicators of fascism that would come to Germany, and according to Merrill (2012: 43-56), in the novel "Robinson Crusoe," signs of emerging colonialism can be found. According to Goldman (2005), the novel's history is a biography and a diary recording all events experienced by society.

2.3.1. Gogol and the Novel "Dead Souls"

Nikolay Vasilyevich Gogol (1809-1852), as expressed in the saying attributed to Dostoevsky, 'We all came out from Gogol's Overcoat,' is one of the most important writers of Russian novels. Despite his short life and physical and psychological discomforts, he produced highly influential works in various styles. He wrote about fantastic events and characters and also crafted masterpieces of realism in works such as "The Inspector General" and "Dead Souls" (Keskin, 2020). The main framework of this research is formed by the story and characters of "Dead Souls." Therefore, providing brief information about the novel and its characters will be beneficial. In the introduction of "Dead Souls," Gogol (2010) states the following:

"In this book, which you have read in the first edition, I am describing someone from our society. My hero travels through the lands of Russia in his car and encounters many people from different classes and strata, from the nobility to the common people. I wrote it to show the shortcomings and faults of the Russian people, not to show their superiority or their virtues. Again, I wrote about the people around us to show our weak and deficient sides. I will include the good, positive types in the next volumes of my book."

As the author himself expressed, this novel was originally written as a three-volume work, but unfortunately, only the first volume has survived to the present day. It is rumoured that Gogol burned the sections he had written about the other volumes in which he mentioned positive characters (Yıldırım, 2015). In the first volume, Gogol depicted the process of capitalization in Russian society and presented a prescription for salvation in the subsequent volume, some of which have reached the present day. This prescription includes knowledge, frugality, practicality, passion for work (not for becoming rich), and localism (Özel, 2018). Based on Gogol's (2010) work, the story of the novel can be summarized as follows:

The protagonist, Chichikov, has been influenced and raised by his father to be materialistic, opportunistic, and deceptive. Concealing his true intentions, he rises in his job as a Customs officer, and once in a position of power, he orchestrates a major swindle. Later, due to disputes, he fights with his accomplice and their crimes are revealed. Escaping from this situation with difficulty, Chichikov takes advantage of a loophole he has learned in the workings of the state and bureaucracy. He travels from town to town, exploiting a government opportunity, to gather dead souls (serfs) from land and slave (soul) owners who are no longer alive but still listed as alive in state records in order to obtain free land and money. In the process, he engages in various conversations with different characters, and by the end of the section, Chichikov's deception is exposed by another swindler (Nozdrev). The characters' behaviours in the novel and the main event of the peculiar dead soul's transaction will be presented in a scripted manner in the methodology section and, therefore, are not discussed here.

In conclusion, "Dead Souls" is a multi-dimensional and multi-layered novel with more than just a one-dimensional societal critique. Some opinions suggest connections between it and the works of authors like Homer, Dante, Rabelais, Swift, Molière, and even religious texts through the lens of the seven deadly sins (Denissova, 2021).

Özel (2018) categorized the characters in the novel based on their degrees of feudal generosity or traditionalism, moving towards market stinginess according to rationality/capitalization levels. According to this classification, Manilov, who readily and freely gives away his serfs, even covering the costs of the transaction, is generous and kind-hearted but lacking a useful purpose, making him, according to Weber, an utterly irrational character. He is not a capitalist. Korobochka attempts to follow market rules, has diminished trust, and considers his own interest; he represents an average middle-class capitalist. Sobakevich, on the other hand, is self-interested, miserly, resolute, and a negotiator; he is a true market and capitalist individual. Nozdrev, similar to Chichikov, is sly, a gambler, and a swindler. Indeed, he outsmarts Chichikov. The research obtained results about participants' interpretations of these character correspondences.

3. Materials And Methods

3.1. Research Technique

Research has demonstrated that indirect methods utilizing projective techniques are more effective in producing results when dealing with topics that are sensitive to consumers, rather than direct and quantitative research techniques (Zaltman, 2003; Başfıncı, 2020). The concern over making inaccurate measurements and reducing accuracy has led more social researchers to shift towards indirect (projective) measurement methods instead of directly asking participants questions (Drake et al., 2018).

In this context, given that a susceptible topic for consumers would be investigated in this study, the role-playing technique from Malhotra (2010), as cited by Başfıncı (2020, p. 131), was employed as an indirect measurement technique. The scenario used in this technique was derived from a novel, as mentioned above. Participants were presented with a scenario both orally and in writing, and they continued and concluded it as they wished. Through this technique, participants believed they were portraying a different character without realizing they were actually reflecting on themselves. As a result, participants could feel at ease and express themselves more accurately.

3.2. Sample Size and Selection

Although Creswell (2017) indicated varying sample sizes for qualitative research techniques, the sample size is not greater than 30, and the size determination is based on theoretical saturation, where information starts to repeat. The sample size used in the research is higher than what is deemed appropriate. The criterion sampling method was employed for sample selection, which is a useful technique in qualitative research involving individuals with experience related to the studied phenomenon (Baltacı, 2018, p. 264). The criterion for selection was university students who have taken marketing or economics courses and have yet to read the novel "Dead Souls. The population

of the research is young consumers in Turkey. The sample participants were selected from a faculty and a vocational school of a state university located in Istanbul.

3.3. Validity and Reliability of the Research

According to Karahan et al. (2022), there are various perspectives on the validity of qualitative research based on more than 10 studies. For the validity and reliability of this research, the procedures outlined by Akgün (2020, p. 96-99) were followed:

- For internal validity (credibility), a scenario was prepared with an additional expert opinion and first tested on two subjects. Participants were provided with detailed pre-information about the purpose, content, and method of the interview, and the scenario and the role they would play were presented both orally and in writing. Written consent forms were obtained. Participants were asked to document their experience after role-playing and reminded of the option to make changes in the records. The analysis and interpretation were also reviewed and confirmed by another marketing expert not affiliated with the researcher.

- For external validity, i.e., transferability, the research process, scenario, and its basis were described in detail within the boundaries. Moreover, examples from the result texts provided by the participants were included in the research text.

- Expert examination was used for internal and external reliability, i.e., consistency and confirmability. In other words, another expert reviewed and confirmed the research for integrity and congruence. On the other hand, qualitative research is generally not well-suited for making generalizations due to the nature of subjective descriptions. To make generalizations, qualitative processes should be presented in great detail and placed within a comprehensive theoretical framework, and mixed methods should be employed (Creswell, 2017, p. 204). In this research, the qualitative process was as detailed as possible, and while the theoretical framework was succinct, it was aimed to be effective. In terms of methodology, although a single method was applied, a quantitative assessment was conducted through descriptive content analysis using frequencies. Thus, the research findings can be partially generalized.

In accordance with research ethics, the SBU Hamidiye Ethics Committee obtained Ethics Approval (File/decision No: 25-6, Date: 18.11.2022) before the interviews.

3.4. Method and Roles

In this research, the extent to which young consumers are influenced by capitalism is attempted to be revealed based on two criteria: rational behaviour and benefit/profit maximization behaviour, grounded in the foundation of trust. Participants were divided into two separate roles. For both roles, these two criteria were determined based on the role-playing outcomes and the written comments provided by the participants. However, in the scenario, Role 1 is partially fixed, while Role 2 is a variant role. Each pairing evaluated whether the participant with Role 1 (Chichikov) displayed only profit maximization behaviour and whether rational behaviour, profit maximization behaviour, and trust were established for Role 2 (Landowner). Rational behaviour and profit maximization behaviour are interrelated and interconnected concepts. The trust element is the main variable of this research. Indeed, whether there is a significant relationship between the feeling of trust and both variables was tested with a separate hypothesis for Role 2. Additionally, the relationship between the trust element and the resulting final state (agreement) after role-playing was tested with a third hypothesis.

Hypothesis 1: There is a positive relationship between a sense of distrust and rational behaviour.

Hypothesis 2: There is a positive relationship between a sense of distrust and benefit maximization behaviour.

Hypothesis 3: There is a negative relationship between a sense of distrust and reaching an agreement between the two parties.

As stated above, participants were divided into paired groups, ensuring they did not know each other well. One person in the group portrayed Role 1, while the other portrayed Role 2. Participants were presented with the scenario both orally and in writing as follows:

General Description

The events take place in 1840s Russia, during a feudal social structure. There were two main classes: the Nobles and the Peasants. Nobles owned the land and had peasants (workers) who worked for them. These peasants had no say

whatsoever. They were treated as property, called "can" (soul or life). This situation was considered natural and customary.

Role 1: Chichikov

You are an (impostor) who tries to maximize your material interests. Your father raised you that way. You were brought up with advice like, "Appear good to everyone for your own benefit, befriend the rich, money is everything." You have previously held positions where you pretended to be very honest to make a large profit, later received a high amount of bribes in the government office, got caught, but managed to get out of it. Money means everything to you. Because you have previously held a government position, you are aware of the incentive offered by the government: If you become the owner of workers (souls) to be employed in the Herson region, one of the most remote places in Russia, and engage in agriculture there, you will receive free land from there and an allowance of 200 rubles per soul. You want to take advantage of this opportunity. With a certain amount of capital, you start travelling to towns, getting to know the local elites, and trying to win them over. You are quite polite, wealthy, and refined. In other words, you can play this role well. This way, you endear yourself to others and give the impression of being an elite individual. Then, by visiting the landowners with the most souls, you request them to transfer the souls (workers, peasants) who have not been officially removed from the population records even though they died within that year. This way, you will also save them from the individual tax (10 rubles) paid to the government. If they disagree, you are also considering buying them with some money. Moreover, you will cover 0.5 of the notary expenses during the purchase and sale. So, you made your first visit to a landlord. Now, persuade him to transfer their dead but unregistered souls (peasants) to you, if possible, free of charge or at minimum cost.

Role 2: Landowner Noble

You live in a town that was small in Russia in the 1850s. You are a landowner, in other words, a noble. You have extensive lands and nearly 1000 workers (souls) under your ownership. You pay an annual tax of 10 rubles per soul to the government. About 60 of your souls died in the past years. However, since it is not very important to you, you did not report their deaths to the government. A distinguished noble came to your town. He got acquainted with the town's prominent figures, including you, and started attending your meetings. He is a very good, polite, and wealthy person. His name is Chichikov. One day, Chichikov visited you.

After necessary briefings were given to the paired groups separately, ensuring they were unaware of each other's scenarios, each group was given a 15-minute discussion period. At the end of this time, participants were expected to communicate the outcome of the discussion in written form, as illustrated by the sample (actual data) result in Table 1.

Table 1. Sample Discussion Outcome and Evaluation Form

Class: X	Role 1	Role 2
Participants : Y	Name Surname (Chichikov)	Name Surname (Landlord)
What happened? Result?	<i>The Landowner sold all the dead souls for 20 Rubles each. They agreed.</i>	
Why did it happen?	I quickly explained my purpose before he even asked me why I needed the souls. As a reason, I mentioned that I wanted to open a school providing religious education in the region. I needed to appear as a local of the region, which required having a few souls registered under my name. Since I was involved in religion in the matter, no one questioned me further. I even thought they would give me the souls for free, but it did not turn out that way. We settled at 20 rubles per soul; that was the initial offer, and I did not propose a lower price. Because I was already making a profit, I did not try to push for more profit; I did not want my scheme uncovered.	Chichikov got straight to the point and explained his intention. I did not want to incur losses, but at the same time, I did not want to lose my soul. So, I sold my dead souls at twice the price I paid for them, which is 20 rubles each.

How did it happen?	<p><i>Chichikov initiated the conversation, expressing his desire to build a school for religious education and explaining that he needed souls. He asked if I had any souls to give. I replied that I could provide 60 souls and inquired about the price he had in mind.</i></p> <p><i>Chichikov emphasized how he could save me from paying taxes for the deceased souls and the time and money needed to erase them from the records. He also reiterated his intention to do a good deed. However, the landlord disagreed and asked for 20 rubles per soul. Chichikov did not negotiate; he immediately agreed. We reached an agreement.</i></p>
--------------------	--

Note: The information in Table 1 has been filled with actual data later on.

Statistical Method

The descriptive analysis technique was used in the data analysis because the data was analyzed, summarized and interpreted according to predetermined themes (sense of trust, rational behaviour and benefit maximization behaviour) (Ültay et al., 2021, p.191). Before evaluation, rational and utility maximization behaviours for both roles are defined as:

Table 2. Behaviour Evaluation Criteria

Role	Rational Behavior	Profit/Benefit Maximization Behavior	Trust Factor
Role 1	Out of evaluation	Not offering any money for dead souls.	Out of evaluation
Role 2	Trying to agree, agreeing.	Demanding extra money for each dead soul.	Does not trust

4. Findings

The data collected in the format specified in Table 1 were consolidated according to the criteria in Table 2. Meanwhile, the reasons expressed by the participants were analyzed as content, and the lack of confidence in the results was also added. The results are in Table 3 for Role 1, 4, and 5 for Role 2.

Table 3. Outputs related to Role 1

	Number	%	Number of Agr.	Agr. %	Av. Agr. Dead Soul No	Av. Price (Per Dead Soul)
Acted With Benefit Maximization	36	46	24	67	59	5,2
Did Not Act With Benefit Maximization	42	54	33	79	52	24
Total	78	100	57	73		

According to the scenario, only the profit-maximizing behaviours of these players could be tested. Even though most participants were able to be encouraged to maximize their profits according to the scenario, they needed more effort for profit maximization. 46% of the participants attempted to maximize their benefits, meaning they tried to acquire the souls without paying any money. When behaving in this manner, it has been observed that, despite a slight

decrease in the agreement rate compared to the opposite scenario (from 79% to 67%), they were able to acquire more souls (59 instead of 52) at a much lower cost (only 5.2 rubles instead of 24 rubles).

Table 4. Outputs Related to Role 2 -1

Behavior With Benefit Maximization											
Does Not Trust				Trusts				Uncertain		Total	
Agreement			No Agr.	Agreement			No Agr.	Agr.	No Agr.		
	N	P.	Av. Price		Num.	P.	Av. Price				
Rational	10	50	55	0	13	60	11	0	2	0	25 (32%)
Irrational	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	3 (4%)
Total	10			2	13			0	3	0	28 (36%)

Table 5. Outputs Related to Role 2 -2

Behavior With No Benefit Maximization											
Does Not Trust				Trusts				Uncertain		Total	
Agreement			No Agr.	Agreement			No Agr.	Has an Agr	No Agr.		
	Number	Piece	Average Price		Number	Piece	Average Price				
Rat.	10	52	3	0	20	60	0	0	1	0	31 (40%)
Ir.	1	1	0	18	0	0	0	0	0	0	18 (23%)
T	11			18	20			0	1	0	49 (63%)

According to the two tables above, it is evident that the main variable of the research, Role 2 participants, like Role 1, have chosen profit maximization behaviour to a lesser extent (%28 compared to %49). This may be due to the scenario for Role 2 being less directive. On the other hand, the other factor that indicates the level of capitalization, the rate of rational behaviour, moves in the opposite direction to profit maximization behaviour. This is because these two variables have been accepted in the analysis of the study in a way that contradicts each other. If an agreement cannot be reached in a game, then it is assumed that Role 2 is irrational. However, the reason for the lack of an agreement is often that Role 2 has tried to maximize its benefit. In this regard, when the behaviour of profit maximization decreases, the rate of irrational behaviour also increases from 4% to 23%. On the other hand, in cases where an agreement is reached, participants who have acted rationally and without considering benefits should also be considered irrationally. Indeed, these participants (20 people) represent Manilov among the novel characters.

Of the Role 2 participants, 25 exhibited rational and profit maximization behaviour. There were 31 participants who tended to agree, i.e., acted rationally but did not try to maximize their benefits. Of these, 20 gave all their souls to Chichikov without asking for any payment (in one game, Chichikov proposed payment). These individuals can be claimed to correspond to the novel character Manilov, as mentioned above. On the other hand, 10 participants, while not trusting Chichikov, reached an agreement with him. Together with these participants, those who acted with both rational and profit maximization motives and did not trust (10), trusted (13 people), or had an uncertain attitude (2 people) while reaching an agreement can also be claimed to exhibit a capitalist approach. However, they do not correspond to any character in the novel.

Additionally, one (1) participant who, despite trying to maximize his benefit, is considered irrational because he did not reach an agreement due to a lack of trust and one (1) participant who acted without trying to maximize his benefit but had uncertain trust have both reached an agreement, and it is accepted that they exhibited a capitalist approach.

In the research, there are 18 participants who, despite not trying to maximize their benefits, do not trust the other party, are wary of being deceived, and are considered irrational because there is no agreement. These participants are considered suitable for the novel's Korobochkav character. An example of this situation is provided below.

Game 3: Chichikov aimed to enrich his lands and promote development by only requesting the dead souls of the Landowner. This way, the Landowner would also be relieved of paying empty taxes. The Landowner first asked how Chichikov learned about the dead souls. Chichikov said he heard that taxes were paid for the dead souls. After all, he was a respected figure in his community. However, the Landowner did not trust Chichikov's seemingly good-willed offer and rejected the proposal. They bid farewell, saying they might meet again later.

The participant in this game can be considered to resemble Korobochkav in the novel. On the other hand, the participant in Game 71, who acted irrationally, despite reaching an agreement with the Landowner as explained below, chose to make a symbolic agreement by lying because he did not trust.

Chichikov came and asked for the dead souls to win over his father and save me from the tax burden. I sensed something else behind this and understated the number of dead souls.

This participant should also be identified with Korobochkav.

Finally, two participants, who were primarily identified as having completed capitalization despite acting irrationally as they missed the agreement while trying to maximize their interests, are considered to be associated with the character Sobakevich in the novel.

Game 9: I thought there must be a reason why Chichikov wants the dead people. If he had no personal gain, he would ask for the living ones instead. Thinking that his benefit was also related to money, I considered my benefit and told him that I could fulfil this request only in exchange for money. In other words, if this task is to be done with my help, I should also benefit from it.

Game 34: Chichikov offered to pay the tax for every dead soul and 20 TL for each soul based on 60 workers. The Landowner questioned the reason. Chichikov said he would have work done for his own field. The Landowner did not find this very reasonable and was suspicious. Then, the price seemed too low to the Landowner, and there was a disagreement about the price. When they could not agree repeatedly, no agreement was reached.

Due to the complexity of interpreting behaviours in the results, a more simplified approach to analyzing novel characters would be useful. Table 6 presents this situation.

Table 6. Distribution of Capitalist Behavior by Novel Characters for Role 1 Participants

Ratio of Capitalisation	Characters	Piece	Percentage
Very Low	Manilov	20	26
Low	Korobochkav	19	24
Enough	Others- Behaved like a capitalist	37 (10+10+13+2+1+1)	47

Too high	Sobakevich- A total capitalist	2	3
TOTAL		78	100

Confidence Analysis and Hypothesis Tests

It was understood that 33 of the Role 2 participants trusted the other party, while 41 of them did not. No determination was made in 4 participants. While all the trusting participants agreed with the other party, only 21 of the non-trusting participants, 50%, reached an agreement; that is, they acted rationally. SPSS chi-square test was used to test whether there was a significant relationship between these two categorical variables. The results are in Table 7.

Table 7. Distrust-Reconciliation Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,555 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	21,995	2	,000
N of Valid Cases	78		

The "p" value in the table is less than 0.05, indicating a statistically significant relationship between participants' sense of (dis)trust and the ability to reach an agreement. Hypothesis 3 has been accepted.

Since reaching an agreement between the two parties is generally considered rational behaviour, Hypothesis 1 should also be accepted. In fact, Table 8 presents the chi-square test between the variables of (dis)trust and rational behaviour.

Table 8. Distrust-Rational Behavior Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,120 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	23,828	2	,000
N of Valid Cases	78		

The "p" value in the table is less than 0.05, indicating a statistically significant relationship between participants' sense of trust(distrust) and rational behaviour. Hypothesis 1 has been accepted.

Finally, the test result between distrust and benefit maximization variables is presented in Table 9.

Table 9. Distrust and Benefit Maximization Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,266 ^a	2	,195
Likelihood Ratio	3,108	2	,211
N of Valid Cases	78		

Since the "p" value in the table is greater than 0.05, there is no statistically significant relationship between the participants' sense of (dis)trust and benefit maximization. Hypothesis 2 is rejected. Although this situation seems inconsistent with the literature, as explained above, the rejection of Hypothesis 2 was an expected result since, in most cases, an inverse interpretation is made between rational behaviour and utility maximization during the evaluation phase.

Out of 78 participants, 20 (26%) altruistically provided their lives to the other side without maximizing their own benefit and without experiencing any distrust. Additionally, 4 participants had an uncertain response, while 37 (47%) participants expressed trust in the other party.

Another aspect of the outcomes is the agreement price. In cases where Role 2 participants exhibited benefit maximization behaviour, based on the weighted averages of whether they had trust (60 lives for 11 rubles) or did not have trust (50 lives for 55 rubles), they gave 55.65 lives for 30.13 rubles to Chichikov. Those who did not exhibit benefit maximization behaviour gave 60 lives for free in cases of trust and 53 lives for 3 rubles in cases without trust. The weighted average was 57.3 lives for 1 ruble. As expected, Role 2 participants who exhibited benefit maximization behaviour without trusting the other side achieved significantly higher profits (benefits) of 2,250 rubles compared to the lowest earning (benefit) condition (0 ruble gain).

5. Discussion and Comments

The research's most essential and debatable finding is that approximately half of the participants in both roles exhibited rational behaviour aimed at maximizing their profits. The sociological and psychological reasons behind this phenomenon require the expertise of specialists in those fields. However, irrespective of the reasons, it is meaningful to conclude that young consumers have yet to capitalize in a societal sense fully. On the other hand, this situation provides an advantage to consumers who are considered fully capitalized or, in other words, those who act rationally. This is because they have obtained higher profits in the applications.

The second notable finding is that 26% of the participants trusted the other party and acted without prioritizing their benefit. This behaviour is unexpected in today's context. Again, it would be appropriate for sociologists and psychologists to offer their insights. Individuals with this behaviour may experience material losses in a capitalist society. However, whether it is necessary for the number of people behaving in this way to increase in a society with high levels of trust and sharing is another topic for research and discussion. The overall trust rate among all participants toward the other party is 47%.

When no data is available and when a situation exists that would benefit one's own interests, the percentage of participants who do not trust the other party is not insignificant, standing at 24%. The origin of this behaviour is open to debate. However, it could be argued that insecurity or fear of being deceived plays a prominent role.

At the end of the research, it was found that the behaviour leading to the highest material gain was the one where participants maximized their profit without trusting the other party. Given this practical outcome, it is clear that an increase in trusting attitudes within society and, therefore, altruism cannot be expected. Thus, it has been shown that capitalization directs individuals toward attitudes of not trusting others and prioritizing their interests. This result is not surprising but rather an expected one.

Although there appears to be a positive relationship between insecurity and profit-maximizing behaviour, which seems inconsistent with the literature, as explained above, during the evaluation phase, since a reverse interpretation

is often made between rational behaviour and benefit maximization, the rejection of Hypothesis 2 is considered an expected outcome.

6. Conclusion

While the findings section may express the participants' level of capitalist behaviour, as mentioned in the introduction section, the purpose of the study is not to reach outcomes related to capitalism or its reflections. It aims to reveal how rational and benefit-maximizing consumers are in interest-based relationships, their level of trust, and the effects of this trust on their behaviours.

Based on the findings, when individuals (consumers) do not trust the other party in dealing, their tendency to reach an agreement diminishes, leading them to behave outside the realm of rationality. This situation is consistent with the studies in the literature section, aligning with an expected result. However, the expected relationship between trust and benefit maximization did not occur. This might be because an individual focused on maximizing their benefit might need to place more importance on trust. As expected, when individuals focus on their own interests and engage in benefit maximization behaviour without trusting the other party, a high-profit situation emerges.

Because the sense of trust is still high and significant, some recommendations can be made for managers:

- Strategies that emphasize trust in consumer relationships can be developed. For example, communication language can be adjusted in this direction, and social responsibility projects can be launched.
- It should be noted that acting with a high profit motive will negatively impact customers who are focused on maximizing their own profits and who are highly insecure.
- Being a brand that cares about the interests of its customers rather than just focusing on its own interests is attractive to consumers. However, achieving this is quite challenging. It should be assumed that this approach will not influence 27% of consumers.
- In employee selection, preferring employees with high trust and altruism will benefit the company.

The originality of this study lies in its ability to reveal the extent to which consumers trust each other or, in other words, their inclination to reach agreements in commercial relationships. No such research has been encountered in the literature. The mentioned ratio is approximately 47%. Furthermore, 26% of consumers have placed trust in the other party and have yet to focus on their own interests (Manilov). This ratio is a moderately optimistic scenario. On the other hand, this result shows that the sense of trust in society is not low; according to Weiss et al. (2021), it is compatible with research such as. Alongside the Korobochkav character, which manifested itself as 24% in the study, half of the consumers appear to be quite receptive to persuasion, indicating a lack of total capitalization.

Another significant outcome of the study is its methodology. As described in the introduction and literature sections, this qualitative study, conducted through the lens of novel characters, has provided tangible and quantitative results, setting an example for other research endeavors.

Limitations and Future Research

Comparing and testing the results of this study with those of research conducted using alternative techniques will enhance the utilization of this method. Furthermore, adapting different novel scenarios to various subjects is expected. Simultaneously, applying this study to demographics beyond students and young adults and deriving demographic interpretations from the outcomes would provide additional benefits.

Comparing the differences between the results obtained by conducting the same research in continental Europe or the USA, especially in line with Weber's East-West distinction, and the results of this research will be able to show Weber's rightness or to what extent the East has become Westernized.

Another variable that should have been included in this research but was left out is the duration of the interviews. Under what conditions does the deal take less time? Market researchers would like to learn this information.

References

- Akgün, V.Ö. (2020). Nitel Araştırmalarda Veri Toplama Yöntemleri. In M. Zerenler (Edt), Pazarlamanın Nitel Çağı (P.73-103). İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Aksoy, T., & Şahin, I.F. (2015). Belirsizlik Altında Karar Alma: Geleneksel Ve Modern Yaklaşımlar. Journal Of Economic Policy Researches, 2(2), 1-28

- Alada, A. D. (2000). İktisat Felsefesi Ve Belirsizlik. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bahtin, M. M. (2001). Karnavaldan Romana (Edebiyat Teorisinden Dil Felsefesine Seçme Yazılar). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri Ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. BEÜ SBE Derg.,7(1), 231-274. Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi. Siyasal Kitabevi.
- Basfıncı, Ç. (2020). Tüketici Araştırmalarında Hassas Konuların Ölçümü: Tüketici Etiğinin Doğrudan Ve Dolaylı Ölçümüne Yönelik Bir Araştırma. Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi, (29), 127-148.
- Bukowski, P., & Novokmet, F. (2021). Between communism and capitalism: long-term inequality in Poland, 1892–2015. Journal of Economic Growth, 26(2), 187-239.
- Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi / Teknikler Ve Örnek Çalışmalar. İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Braudel, F. (1996). Medeniyet Ve Kapitalizm. İstanbul: İz Yayınları.
- Cirhinlioğlu, Z. (1999). Azgelişmişliğin Toplumsal Boyutu. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Creswell, J.W. (2017). Araştırma Deseni: Nitel, Nicel Ve Karma Yöntem Yaklaşımları. 3. Baskı, Ankara: Eğiten Kitap Yayınevi.
- Denissova, N. (2021). Ölü Canlar (Мёртвые Души) Ve İlahi Komedy (La Divina Commedia) Çeviride Metinlerarası Bağlantılar. Rumelide Dil Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (22), 1005-1035. DOI: 10.29000/Rumelide.897327.
- Dick, S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward An Integrated Conceptual Framework, Journal Of Academy Of Marketing Science, 22(2), 99-113.
- Dönmez, İ. H. (2020). Edebiyat, İletişim Ve Toplum İlişisini Kurmaya Katkı Sağlayan Öncü Yaklaşımlar. İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi. 50, 117-132.
- Drake, C. E., Primeaux, S., Ve Thomas, J. (2018). Comparing Implicit Gender Stereotypes Between Women And Men With The Implicit Relational Assessment Procedure. Gender Issues,35(1), 3-20.
- Erdoğan, U., Poyraz, T. (2022). Logos-Merkezcilik Temelinde Weber'de Batı Ve Doğu Kavramları. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 39(1), 271-282.
- Erkan, H. (1987). Sosyal Piyasa Ekonomisi (Ekonomik Sistem Ve Piyasa Ekonomisine İşlerlik Kazandırılması). İzmir: Konrad Adenauer Vakfı.
- Ferrell, O. C., & Weaver, K. M. (1978). Ethical Beliefs Of Marketing Managers: What They Say They Believe And Do, Compared With Their Perceptions Of Peers And Top Management. Journal Of Marketing, 42(3), 69–73.
- Game, A., Metcalfe, A. (1999). Tutkulu Sosyoloji. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gogol, N. V. (2010). Ölü Canlar. Ankara: İş Bankası Kültür Yayınları
- Goldmann, L. (2005). Roman Sosyolojisi. İstanbul: Birleşik Yayınevi.
- Hoggart, R. (1966). Literature And Society. The American Scholar, 35(2),277–289.
- Karahan, S., Uca, S. & Güdük, T. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Türleri Ve Görüşme Tekniklerinin Uygulanma Süreci. Nitel Sosyal Bilimler, 4(1), 78-101. <https://doi.org/10.47105/Nsb.1118399>.
- Kaya, M. (2012). Klasik sosyolojik perspektifte modernleşme tartışmaları. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2), 111-130.
- Keskin, U. (2020). Gogol'un Yaşam Öyküsünün Eserlerindeki Yansımaları. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1), 307-323.
- Lowenthal, L. (1989). On Sociology Of Literature” İçinde Critical Theory And Society: A Reader. Editörler: Stephen Eric Bronner Ve Douglas Mackay Kellner, 40-51. Routledge.
- Malhotra, N. K. (2010). Marketing Research: An Applied Orientation. Pearson Higher Ed. Malhotra, N. K., Agarwal, J., Ve Peterson, M. (1996). Methodological Issues In Cross-Cultural Marketing Research: A State-Of-The-Art Review. International Marketing Review, 13(5), 7-43

- Merrill, Francis E.(2012) “Edebiyat Sosyolojisine Yaklaşımlar”, Edebiyat Sosyolojisi İçinde, Trkesi: Kksal Alver Ve Mustafa Fişne, Sayfa: 101-115, Ankara: Hece Yayınları.
- Morgan, R., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory Of Relationship Management. *Journal Of Marketing*, pp. 58, 20–38.
- Nikbin, D., Aramo, T., Iranmanesh, M., & Ghobakhloo, M. (2022). Impact of brands' Facebook page characteristics and followers' comments on trust building and purchase intention: Alternative attractiveness as moderator. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(3), 494-508.
- zaralli, N. (2015). Müzakere Sürecine Bakış: Türk Yöneticileriyle Nitel Bir alışma. *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi*, 11(24), 135-154.
- Özel, M. (2018). *Roman Diliyle İktisat*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Özsağır, Y. (2007). Ekonomide Güven Faktörü . *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* , 6 (20) , 46-62 . Retrieved From <https://dergipark.org.tr/en/pub/esosder/issue/6134/82273>
- ztrk, L., Dağ, M. (2021). Uluslararası Ticarete Gerekleştirilen Mzakere Srelerinin Değerlendirilmesi: Nitel Bir alışma. *Journal Of Empirical Economics And Social Sciences*, 3(2), 74-93.
- Pitney. L. Ve Abratt R. (1986). Competition In Business: Are Management Attitudes Rights? *Journal Of Business Ethics And Personality*, 5, 39–44.
- Schoemaker, P., J., H., 1982. “The Expected Utility Model: Its Variants, Purposes, Evidences And Limitations” *Journal Of Economic Literature*, 20: 2, 529-563.
- Silva, S. C., Duarte, P., Machado, J. C., & Martins, C. (2020). Cause-related marketing in online environment: The role of brand-cause fit, perceived value, and trust. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(2), 135–157.
- Sombart, W. (2020). *Burjuva*. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Sullivana, Y, W. & Kimb, D.J. (2018). , Assessing The Effects Of Consumers’ Product Evaluations And Trust On Repurchase Intention In E-Commerce Environments. *International Journal Of Information Management*, pp. 39, 199–219. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.008>
- Thomson, (1990). An Examination Of Naive And Experienced Negotiations. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 38, 9–22.
- Torun, İ. (2008). Max Weber’e Göre İktisadi Zihniyetin Rasyonalizasyonu. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 14-34.
- Turner, B. S. (2019). *Max Weber Ve Islam*. İstanbul: Vadi Yayınları
- ltay, E., Akyurt, H., & ltay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10),188-201.
- Ventre, I., & Kolbe, D. (2020). The impact of perceived usefulness of online reviews, trust and perceived risk on online purchase intention in emerging markets: A Mexican perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(4), 1–13.
- Weber, M. (2011). *Protestan Ahlakı Ve Kapitalizmin Ruhu*. Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Weber, M. (2018). *Ekonomi Ve Toplum (Cilt. 1)*. İstanbul: Yarı Yayınları.
- Weber, M. (2019). *Sosyoloji Yazıları*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Weiss, A., Michels, C., Burgmer, P., Mussweiler, T., Ockenfels, A., & Hofmann, W. (2021). Trust in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 121(1), 95.
- Yıldırım, N., (2015). 19. Yüzyıl Büyük Rus Romanının zerinde Yükseldiği Toprak, Tuncer Bulutay'a Armağan (Editör Nuri Yıldırım) İçinde, Nisan, Mülkiyeliler Birliği Yayınları.
- Yurtsever, G. (1999). Ticari Mzakere Ve Ahlak. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakltesi Dergisi*, (14), 44-54.

- Zaltman, G. (2003). How Customers Think: Essential Insights Into The Mind Of The Market. Harvard Business Press.
- Zsolnai, L. (1998). Rational Choice And The Diversity Of Choices. The Journal Of Socio-Economics, 27(5), 613–622.

IFRS 18 FİNANSAL TABLOLARDA SUNUM VE AÇIKLAMA: FİNANSAL PERFORMANS ÖLÇÜMÜNDE YENİ BİR YAKLAŞIM¹

IFRS 18 PRESENTATION AND DISCLOSURE IN FINANCIAL STATEMENTS: A NEW APPROACH TO FINANCIAL PERFORMANCE MEASUREMENT

Erkan ÖZTÜRK * Ömer Faruk GÜLEÇ ** Gürbüz GÖKÇEN ***

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 23.10.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024*

Öz

Finansal rapor kullanıcılarının performans raporlamalarına yönelik karşılaştırılabilirliği ve şeffaflığı konusundaki endişelerine yanıt olarak hazırlanan IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama standardı, 9 Nisan 2024'te yayınlanmış olup, 01.01.2027 ve sonrasında başlayan dönemde uygulanmaya başlanacaktır. IFRS 18, özellikle faaliyet kârı veya zararının nasıl tanımlandığıyla ilgili olarak, benzer kuruluşların karşılaştırılabilirliğini artırmak için yeni hükümler getirmektedir. Ayrıca; IFRS 18 içerisinde, finansal performansın gerek finansal tablolarda gerekse dipnotlarda sunumu ile ilgili yeni yaklaşımlar getiren bazı hükümlere de yer verilmiştir. Bu çalışmada, IFRS 18 standardının gelişim süreci ele alınarak başta gelir tablosu üzerindeki etkileri olmak üzere, yönetimin tanımladığı ölçütler ve birleştirme, ayrıştırma hususları gibi standarda özđü hususlar incelenmiştir. Yapılan inceleme ve değerlendirme ile IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama standardının, finansal performans bağlamında karşılaştırılabilirliği ve öngörülebilirliği arttıran, finansal tablo kullanıcıları ile etkileşim yönünü daha da güçlendiren bir standart olarak görülebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: IFRS 18, Finansal Tabloların Sunuluğu, Uluslararası Finansal Raporlama Standartları.

JEL Sınıflaması: M40, M41, M42.

Abstract

The IFRS 18 Presentation and Disclosure in Financial Statements standard, which was prepared in response to concerns of financial statement users regarding the comparability and transparency of performance reporting, was published on April 9, 2024, and will be implemented for periods beginning on or after January 1, 2027. IFRS 18 introduces new requirements to improve comparability of similar entities, particularly in relation to how operating profit or loss is defined. Additionally, IFRS 18 includes other requirements that introduce new approaches to the presentation of financial performance, both in the financial statements and in the notes. In this study, the development process of the IFRS 18 standard is discussed, focusing primarily on its impact on the income statement, as well as standard-specific issues such as management-defined metrics and aggregation/disaggregation. The study concludes that The IFRS 18 Presentation and Disclosure in Financial Statements is a standard that increases comparability and predictability in the context of financial performance and further strengthens the interaction with financial statement users.

Keywords: IFRS 18, Presentation of Financial Statements, International Financial Reporting Standards.

JEL Classification: M40, M41, M42.

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(4) , 440 - 455 / DOI: 10.29106/ fesa.1572623

* Prof. Dr., Kırklareli Üniversitesi İİBF, erkan.ozturk@klu.edu.tr, Kırklareli – Türkiye, ORCID: 0000-0002-9356-1557

** Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi İİBF, omerfarukgulec@klu.edu.tr, Kırklareli – Türkiye, ORCID: 0000-0002-8890-114X

*** Prof. Dr., Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi, g.gokcen@marmara.edu.tr, İstanbul – Türkiye, ORCID: 0000-0001-9854-8522

1. Giriş

Finansal tablolardaki bilgilere yönelik daha şeffaf, ihtiyaca uygun ve karşılaştırılabilir bir sunum ihtiyacı ve finansal tablolarda kullanılan belirli finansal ölçütlerin standardizasyonu noktasında artan taleplere yanıt olarak yayınlanan IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama (Presentation and Disclosure in Financial Statements) standardı, Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) tarafından 9 Nisan 2024 tarihinde yayımlanarak IFRS Standartları seti içerisindeki yerini almıştır. Bu yeni standart, IAS 1 Presentation of Financial Statements (Finansal Tabloların Sunuluğu) standardının yerini alacak olup, yürürlük tarihi IFRS 18 standart metninde 01.01.2027 ve sonrasında başlayan yıllık raporlama dönemleri olarak belirtilmektedir (IFRS 18, Md. C1).

IFRS 18 standardının temel amacı, öncelikle gelir tablosuna odaklanarak şirketlerin sağladığı finansal bilgilerin netliğini ve karşılaştırılabilirliğini artırmak, gelir ve giderlerin kâr veya zarar tablosunda nasıl sınıflandırılacağı, hangi alt toplamların sunulacağı ve bilgilerin nasıl gruplandırılacağı gibi konularda daha kapsamlı bir yaklaşım ortaya koymaktır. Bununla birlikte ilgili standardın odaklandığı bir diğer husus, şirketlerin finansal performansının dipnotlarda yönetim tarafından belirlenmiş finansal ölçütlerle paydaşlara aktarılmasıdır. Yönetimin ilgili finansal performansa yönelik bakış açısını raporlamayı esas alan IFRS 18, bu bakımdan daha detaylı bir raporlama yaklaşımını ortaya koymaktadır. IFRS 18, finansal raporlama ile ilgili birçok yeniliği beraberinde getirmektedir. Yeni standartta; kâr veya zarar tablosunun sunumu (ara kalemler ve alt toplamlar) ile ilgili hükümlere, önemlilik yargısına bağlı olarak birleştirme ve ayırıtırma hükümlerine ve yönetimin tanımladığı performans ölçütlerinin açıklanması ile ilgili hükümlere yer verilerek finansal tablolarda ve dipnotlarda sunulan bilgilerin niteliği artırılmak istenmiştir.

Bu çalışmada, temel finansal tablolar projesinden hareketle yeni standardın oluşum süreci ele alınmış ve sürecin sonucunda elde edilmesi beklenen faydalar genel kapsamda değerlendirilmiş olup IFRS 18'in getirdiği temel yenilikler, uygulamada karşılaşılabilecek zorluklar ve fırsatlar, yasal engeller ve uygulamanın zamanlamasına yönelik değerlendirmeler yapılmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, söz konusu iyileştirmelere bağlı olarak yeni standardın yürürlüğe girmesiyle finansal tablo kullanıcılarının hangi bilgilere erişme imkanının olacağı ve bu durumun finansal analiz açısından ne düzeyde önemli olduğu sorularına cevap verilebilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikle IFRS 18'in gelişim sürecine katkısı bulunan projeler ele alınmış, ardından IFRS 18'in yeni raporlama yaklaşımının sağlayacağı katkılar değerlendirilmeye çalışılmıştır.

İşletmelerin varlık, yükümlülük, özkaynak, gelir, gider ve nakit akışlarını daha yapısal özetlerle sunmalarına yönelik rehberlik sağlayan IFRS 18 standardı, yönetimin tanımladığı performans ölçütleri ile işletmelerin içsel performans göstergelerini açık ve anlaşılabilir bir şekilde ifade etmelerine ve kullanıcıların bu göstergeleri daha iyi anlamalarına yardımcı olur. Kâr veya zarar tablosunda yeni ve etkin alt toplam kullanımlarıyla öne çıkan standart gelir ve giderlerin sınıflandırılmasında nakit akış tablosuna benzer bir sınıflandırmayla ve finansal tabloların dipnotlarına verdiği önemle finansal tabloların iletişim yönünü ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın IFRS 18 standardının finansal tabloların sunumuna etkisini örnek uygulamalarla ele alması açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

2. IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama Standardının Gelişim Süreci

İşletmelerin yayınladıkları finansal tablolarda bilgi iletişimlerini iyileştirmeyi amaçlayan ve finansal performansın sunumu noktasında yatırımcıların taleplerine daha iyi karşılık vermeyi amaçlayan IFRS 18 standardı, finansal tabloların daha şeffaf, anlaşılır ve karşılaştırılabilir hale getirilmesi ve yatırımcıların karar alma süreçlerini desteklemeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda, IFRS 18 performans ölçütlerinin ve gelir/gider kalemlerinin daha tutarlı ve açıklayıcı bir şekilde sunulmasını sağlayarak, şirketlerin finansal durumlarını daha doğru bir şekilde yansıtmasını teşvik etmektedir. Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının kâr veya zarar tablosunda gelir ve giderlerin nasıl sınıflandırılacağı, kâr veya zarardan önce hangi alt toplamların sunulacağı ve finansal tablolar ile dipnotlarda bilgilerin nasıl gruplanacağına ilişkin ayrıntılı kurallar sunmaması uygulamada farklı yaklaşımlara yol açmakta ve şirketlerin kendi alt toplamlarını ve performans ölçütlerini (alternatif performans ölçütleri vb.) tanımlamalarına neden olmaktadır (IFRS 18 (2024), Effects Analysis).

IFRS 18 standardının tarihsel gelişimi incelendiğinde bu süreçte katkısı bulunan birçok farklı proje bulunmaktadır. IASB tarafından 2014 yılında başlatılan “Finansal Raporlamada Daha İyi İletişim” projesi bu bağlamda ilk proje olup ilgili proje içerik ve sunum projelerinden oluşmaktadır. İçerik açısından “Temel Finansal Tablolar”, “Açıklama İnişiyatifi” ve “Yönetim Görüşleri” ve sunum açısından da “IFRS Taksonomisi” başlıkları yer almaktadır (Sultanoğlu, 2020: 235). Bu projelerden “Temel Finansal Tablolar” ve “Açıklama İnişiyatifi”, IFRS 18'in hayata geçirilmesi sürecine katkı sağlayan temel iki proje olarak değerlendirilmektedir (Öztürk, 2023: 221).

2.1. IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama Standardının Proje Dönemi

IASB, finansal bilgilerin olabildiğince açık ve etkili bir şekilde iletilebilmesini sağlamak için hangi finansal bilgilere ihtiyaç duyulduğunu, bunların nasıl sağlandığını ve hangi biçimde sunulabileceğini belirlemek amacıyla 2014 yılında bir araştırma projesi başlatmıştır. Araştırma sonucunda; finansal performansı gösteren tabloların içerik ve biçiminin, aynı sektördeki işletmeler için bile farklılık gösterdiği, finansal tablo kullanıcıları tarafından temel finansal tablolarda daha fazla alt kalemin sunulması talep edildiği ve finansal tablo kullanıcılarına göre, yönetim tarafından tanımlanan ve finansal tablolarda doğrudan sunulmayan performans ölçütleri işletmenin gelecekteki performansına ilişkin yapılan analiz ve öngörüler açısından faydalı bilgiler sağlayabildiği yönünde bazı sonuçlara ulaşılmış ve akabinde “Finansal Tablolarda Daha İyi İletişim” projesi hayata geçirilmiştir.²

Tablo 1. IFRS 18’in Hazırlık Süreci: Finansal Raporlamada Daha İyi İletişim Temalı Projeler

Daha İyi İletişim Projesi	Proje Hedefleri
<u>İçerik Projeleri</u>	
Temel Finansal Tablolar	Genel amaçlı finansal tabloların yapı ve içeriğinin iyileştirilmesi hedeflenmektedir.
<u>Açıklama İnisiyatifi</u>	
(1) Açıklama İlkeleri	İşletmelerin hangi muhasebe politikalarını açıklaması gerektiği ve bu bilgilerin nerede bulunacağı konusunda işletmelere esneklik sağlanması konularını ele almak için açıklama ilkelerinin geliştirilmesi veya mevcut açıklama ilkelerinin netleştirilmesi hedeflenmektedir.
(2) Açıklamaların Hedeflenen Standartlar Düzeyinde Gözden Geçirilmesi	Finansal tabloların asli kullanıcıları için sağlanan açıklamaların iyileştirilmesi hedeflenmektedir.
(3) Önemlilik Tanımının Netleştirilmesi	İşletmelerin önemlilik ile ilgili yargılarının ihtiyaçlar gözetilerek iyileştirilmesi hedeflenmektedir.
Yönetim Görüşleri	Finansal tabloların dışında sunulan bilgilerin içeriğini ve finansal tablolara ilişkisini geliştirmeyi hedeflemektedir.
<u>Sunum Projesi</u>	
IFRS Taksonomisi	Finansal tablolarda ve finansal tablolar dışında yer alan bilgilerin elektronik raporlamasının sağlanması ve böylece finansal tabloları hazırlayanlar ile finansal tablo kullanıcılarının arasındaki iletişimin güçlendirilmesi amaçlanmaktadır.

İçerik projelerinden olan “Temel Finansal Tablolar” projesi IASB’in gündemine 2015 yılında alınmış ve proje kapsamında 17 Aralık 2019 tarihinde “Genel Sunum ve Açıklamalar” başlıklı taslak rapor yayımlanmıştır.³ Ancak taslak metin nihai hale getirilmemiş, IASB tarafından 14 -16 Aralık 2020 ve 26 Ocak 2021 tarihlerinde yapılan toplantılarda taslak metin ile ilgili geri bildirimlerin değerlendirilerek gelecek dönemlerdeki proje teklifleri için müzakerelerin yapılması kararı alınmıştır. 2021 yılı Mart ayı ile 2023 yılı Temmuz ayı arasında gerçekleştirilen kurul (IASB) toplantılarında alınan bir dizi geçici karar paydaşlardan alınan geri dönüşler de değerlendirilerek nihai hale getirilmiş ve 25-27 Temmuz 2023 tarihlerinde gerçekleştirilen son toplantıda yeni standardın nihai halinin yayımlanması kararı alınmıştır (Öztürk, 2023: 227, 228, 239). Standardın nihai hali ise 9 Nisan 2024’te yayımlanmış olup, 01.01.2027 ve sonrasında başlayan dönemde uygulanmaya başlanacaktır. İçerik projelerinden bir diğeri olan “Açıklama İnisiyatifi” projesi ve “Finansal Raporlamada Daha İyi İletişim” projesi kapsamında ele alınan projeler genel olarak tamamlanmıştır. İçerik projelerinden olan “Yönetim Görüşleri” projesi ve sunum projesi olan “IFRS Taksonomisi” projesi ise halen sürmektedir.⁴

² (<https://kgk.gov.tr>; Erişim Tarihi: 17.07.2024.)

³ (www.ifrs.org, Erişim Tarihi: 17.07.2024).

⁴ (<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2021/03/bc-visual-guide-feb-2021.pdf>).

2.2. IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama Standardının Getirdiği Yenilikler

IASB, “Temel Finansal Tablolar” projesinde üç temel konuyu ele almıştır. Bu konular aşağıdaki gibidir:⁵

- Kâr veya Zarar Tablosundaki Alt Toplamlar
- Finansal Tablolarda Doğrudan Sunulmayan Performans Ölçütleri
- Ayrı Olarak Sunulacak Olan Bilgilere Yönelik İyileştirmeler

Proje süreci boyunca bu konular odağında hareket edilmiş ve 9 Nisan 2024 tarihinde yayımlanan IFRS 18’de aşağıdaki konularda bazı yeni düzenlemelerin yapıldığı görülmüştür:

- IFRS 18.15 ile IFRS 18.24 arası paragraflarda “Temel Finansal Tabloların ve Dipnotların İşlevi” ile ifade edilen maddeler eklenmiştir.
- IFRS 18.41 ile IFRS 18.43 arası paragraflar “Birleştirme ve Ayrıştırma” olarak ifade edilen maddeler ve IFRS 18’in birleştirme ve ayrıştırma konusunda getirdiği yeni yaklaşım bu maddelerle açıklanmıştır.
- IFRS 18.47 ile IFRS 18.85 arası paragraflar “Kâr veya Zarar Tablosunun Yapısı ve İçeriği” ile ilgili olarak yeni düzenlemeleri içerecek şekilde yeniden tasarlanmıştır.
- Dipnot açıklamaları içerisinde yer alacak şekilde IFRS 18.121 ile IFRS 18.125 arası Paragraflara “Yönetimin Tanımladığı Performans Ölçütleri” eklenmiştir.

IFRS 18.15 ile IFRS 18.24 arası paragraflarda IFRS 18’in birleştirme ve ayrıştırma konusundaki yeni yaklaşımı desteklemektedir. Bu maddelerde görülen önemli değişiklikler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Önemli hususlar finansal tablolarda sunulmalı ya da dipnotlarda açıklanmalıdır.
- Finansal tablolarda, finansal tablo kullanıcılarının temel finansal tablolarda sunulacak bilgilerden hareketle işletme ile ilgili genel bir görüş oluşturabilmesine olanak sağlayacak düzeyde asgari bilgiye yer verilmelidir.
- Dipnotlarda; temel finansal tablolarda sunulan ilave kalemlerin anlaşılmasını sağlayacak bilgilerin ve temel finansal tabloların amacına ulaşabilmesi için gerekli ilave bilgilerin açıklanması gerekmektedir.

Temel finansal tabloların ve dipnotların işlevi bölümünde, temel finansal tablolara yönelik şu ifadelere yer verilmiştir. Bir işletmenin varlıkları, yükümlülükleri, özkaynakları, gelirleri, giderleri ve nakit akışları hakkında;

- Faydalı olacak yapılandırılmış özetler sağlamak,
- Anlaşılabilir bir genel bakış elde etmek,
- İşletmeler arasında ve aynı işletme için raporlama dönemleri arasında karşılaştırmalar yapmak,
- Finansal tablo kullanıcılarının dipnotlarda ek bilgi aramak isteyebilecekleri kalemlerin veya alanların belirlenmesini sağlamak.

Bu bağlamda, dipnotlar ise kullanıcıların temel finansal tablolardaki kalemleri daha iyi anlaması amacıyla temel finansal tabloların ek bilgilerle desteklenerek önemli bilgilerin sağlandığı alanlar olarak değerlendirilmektedir.

IFRS 18.41 ile IFRS 18.43 arası paragraflarda IFRS 18’in birleştirme ve ayrıştırma konusundaki yeni yaklaşımı açıklanmaktadır. Bu maddelerde görülen önemli değişiklikler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Standartlarda yer alan birleştirme ve ayrıştırma ilkelerine aykırı hareket etmeyecek şekilde; ortak karakteristiklere göre birleştirme yapılmalı, farklı karakteristikler ayrıştırılmalıdır. Birleştirilen ve ayrıştırılan her bir finansal tablo kalemi için dipnotlarda önemli hususlar açıklanmalı, önemli bilgiler gizlenmemelidir.
- Önemli olmakla birlikte ayrıştırılmayan bilgiler dipnotlarda açıklanmalıdır.
- Birleştirme ve ayrıştırma sonucunda ortaya çıkan kalemlerin ne anlama geldiği de açıklanmalıdır. Ayrıca, birleştirme ve ayrıştırmanın nasıl yapıldığı konusu da dipnotlarda izah edilmelidir.

IFRS 18, işletmelerin bireysel işlemlere ve diğer olaylara ilişkin bilgilerini, temel finansal tablolarda sunulan ve dipnotlarda açıklanan bilgiler içinde toplamasını veya ayrıştırmasını gerektirir. Burada ortaya konulan ilke şu hususları sağlamalıdır.

- Sunulan kalemler ortak özelliklere göre bir araya getirilir ve ortak olmayan özelliklere göre ayrıştırılır;
- Sunulan kalemler temel finansal tablolar ve dipnotların görevlerini yerine getirebileceği şekilde birleştirilir veya ayrıştırılır;
- Sunulan kalemler bir araya getirilmesi ve ayrıştırılması önemli bilgilerin sunumunu engellemez.
- Önemli kalemlerin mutlaka ayrıştırılması hususuna ek olarak ilgili kalemlerin temel finansal tablolarda sunulmaması durumunda, bilgilerin dipnotlarda açıklanması gerekmektedir.

⁵ (www.ifrs.org, Erişim Tarihi: 17.07.2024)

IFRS 18.47 ile IFRS 18.85 arası paragraflarda Kâr veya Zarar Tablosunun yapısı ve içeriği ile ilgili IAS 1’de var olan maddeler yeniden tasarlanmıştır. Buna göre Kâr veya Zarar tablosunda gelir ve giderler beş farklı kategoride sunulmaktadır. Bunlar; (1) işletme faaliyeti kategorisi, (2) yatırım faaliyeti kategorisi, (3) finansman faaliyeti kategorisi, (4) gelir vergileri kategorisi ve (5) durdurulan faaliyetler kategorisi şeklinde dir. şekil 1’de IFRS 18 uygulayan işletmelerde gelir tablosu bileşenlerine yer verilmiştir.

şekil 1. IFRS 18 Kapsamında Gelir Tablosu Bileşenleri

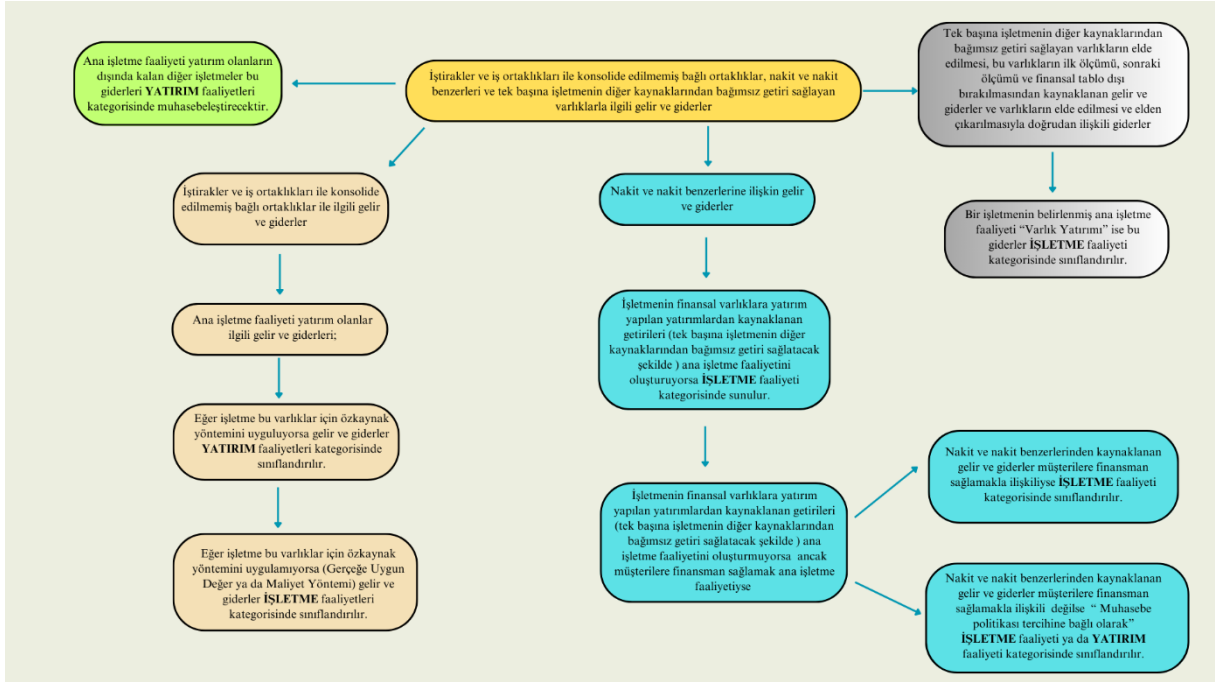
İşletme Faaliyetleri	Yatırım Faaliyetleri	Finansman Faaliyetleri
<p>İşletmenin esas faaliyetlerinden kaynaklanan her türlü gelir ve gideri bu bölümde yer alır. Bu bölüm, gelir tablosunda yatırım, finansman, gelir vergileri veya durdurulan faaliyetler kategorilerinde sınıflandırılmayan tüm gelir ve giderleri içerir.</p>	<p>Yatırım faaliyetleri bölümünde, yatırımlardan elde edilen gelir ve giderler yer almaktadır. Bunlar şu şekilde özetlenebilir.</p> <ul style="list-style-type: none">• İştiraklerdeki, iş ortaklıklarındaki ve bağlı ortaklıklardaki yatırımlar,• Tek başına ve şirketin diğer kaynaklarından büyük ölçüde bağımsız olarak getiri sağlayan diğer varlıklar,• Özkaynak yöntemine göre muhasebeleştirilen iştirakler ve iş ortaklıklarının kârlarındaki paylar;• Borç yatırımlarından elde edilen faiz geliri;• Öz kaynak yatırımlarından elde edilen temettüleri;• Kira gelirleri ve yatırım amaçlı gayrimenkullerden elde edilen gerçeğe uygun değer kazançları veya kayıpları.	<p>Finansman kategorisi şunlardan oluşmaktadır:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sadece finansman sağlanması içeren işlemlerden kaynaklanan yükümlülüklerden elde edilen gelir ve giderler;• Faiz gelir ve giderleri ile sadece finansman sağlamayı içermeyen işlemlerden doğan yükümlülüklerden kaynaklanan faiz oranlarındaki değişikliklerin etkileri. <p>Yalnızca finansman sağlanması içeren işlemlerden doğan yükümlülükler, tahvil, kredi, senet, bono ve ipotek gibi nakit olarak ödenen borçlanma araçlarını içerir. Sadece finansman sağlanmasını içermeyen işlemlerden kaynaklanan yükümlülükler ise şunları içerir:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mal veya hizmetler için ödenecek borçlar;• Kira ve fayda emeklilik yükümlülükleri.
<p>Durdurulan Faaliyetler</p> <p>Durdurulan faaliyetler kategorisi, UFRS 5 Satış Amaçlı Elde Tutulan Duran Varlıklar ve Durdurulan Faaliyetler standardının gerektirdiği durdurulan faaliyetlerden gelir ve giderleri içermektedir.</p>		
<p>Vergi Bölümü</p> <p>TMS 12 Gelir Vergisi standardı uyarınca Gelir tablosuna dahil edilen vergi gideri veya vergi geliri ile ilgili kur farkları.</p>		

Kaynak: IFRS 18, Etki Analizi Raporundan Yararlanılmıştır.

Gelir ve giderler işletme, yatırım ve finansman faaliyetleri bazında kategorilere ayrılırken işletmenin belirli bir ana iş faaliyetinde bulunup bulunmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir. Belirli ana iş faaliyeti olarak kastedilenler; (1) belirli varlıklara yatırım yapılması (varlık yatırımı) ve (2) müşterilere finansman sağlanması şeklinde ayrılmaktadır (IFRS 18, Md. 49).

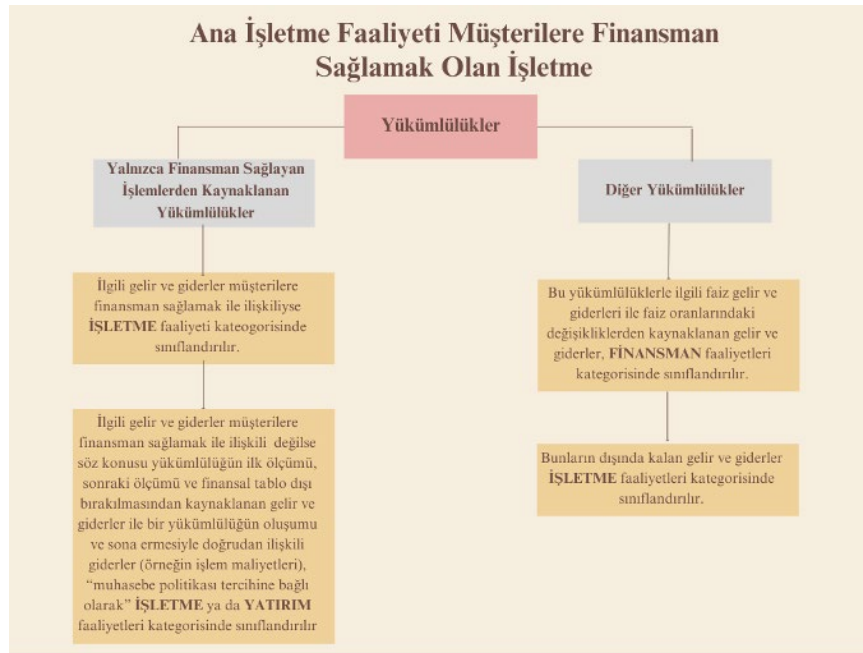
Ana iş faaliyeti belirli varlıklara yatırım yapmak olan/olmayan ya da müşterilerine finansman sağlamak olan/olmayan işletmelerin bu özellikleri dikkate alınarak belirli bazı gelir veya giderlerin işletme, yatırım ya da finansman faaliyeti olarak sınıflandırılması gerekmektedir. Ana iş faaliyeti belirli varlıklara yatırım yapmak olmayan/olan işletmelerin (1) iştirakler ve iş ortaklıkları ile konsolide edilmemiş bağlı ortaklıklar, (2) nakit ve nakit benzerleri ve (3) tek başına işletmenin diğer kaynaklarından bağımsız getiri sağlayan varlıklarla ilgili olmak üzere; (1) bu varlıklardan elde edilen getirilere, (2) bu varlıkların ilk ölçümü, sonraki ölçümü ve finansal tablo dışı bırakılmasından kaynaklanan gelir ve giderlere ve (3) bu varlıkların elde edilmesi ve elden çıkartılmasıyla doğrudan ilişkili giderlere (örneğin işlem maliyetleri) ilişkin sınıflandırma biçimleri şekil 2’deki gibi özetlenmiştir. Ayrıca; ana iş faaliyeti müşterilerine finansman sağlamak olmayan/olan işletmelerin yalnızca finansman sağlayan işlemlerden kaynaklanan yükümlülüklerinin (1) ilk ölçümü, sonraki ölçümü ve finansal tablo dışı bırakılmasından kaynaklanan gelir ve giderlerin ve (2) bir yükümlülüğün oluşumu ve sona ermesiyle doğrudan ilişkili giderlerin (örneğin işlem maliyetleri) sınıflandırma biçimleri şekil 3’teki gibi özetlenmiştir.

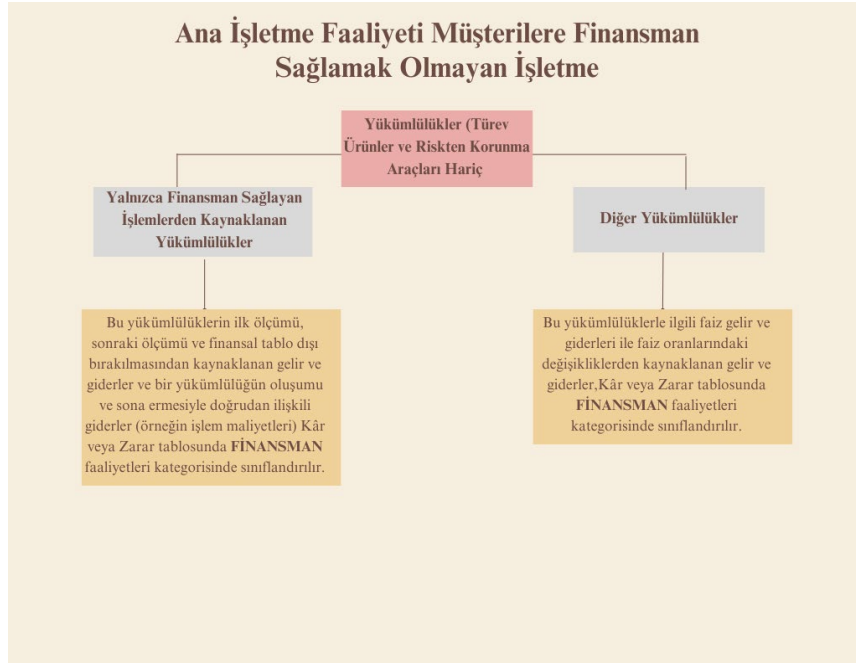
Şekil 2. Ana İşletme Faaliyeti Belirli Varlıklara Yatırım Yapmak Olmayan/Olan İşletmelerin Belirli Bazı Gelir ve Giderlerinin Sınıflandırılması



Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 3. Ana İşletme Faaliyeti Müşterilerine Finansman Sağlamak Olmayan/Olan İşletmelerin Belirli Bazı Gelir ve Giderlerinin Sınıflandırılması





Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

İşletmenin kâr veya zarar tablosundaki alt toplamlarda asgari olarak, işletme faaliyeti kategorisinde belirlenen tüm gelir ve giderlerden oluşan faaliyet karı veya zararını, faaliyet kârı veya zararı ile yatırım faaliyeti kategorisinde belirlenen tüm gelir ve giderlerden oluşan faiz ve vergi öncesi kâr veya zararını ve tüm gelirlerden tüm giderlerin düşülmesiyle bulunan dönem kârı veya zararını sunmak zorundadır (IFRS 18, Md. 69).

IFRS 18'e göre, IFRS 9 Finansal Araçlar ve IFRS 17 Sigorta Sözleşmeleri standartları da dikkate alınarak Kâr veya Zarar Tablosunda asgari olarak aşağıdakilerin sunulması gerekmektedir (IFRS 18, Md. 75):

1. Etkin faiz yöntemine göre hesaplanan faiz gelirinden ve sigorta hasılatından ayrı olarak sunulacak şekilde Hasılat;
2. Türü veya fonksiyonu ya da her ikisini birden içerecek şekilde ve işletme faaliyeti kategorisinde bir veya daha fazla kalemler sunulması ve bu kalemlerin satışların maliyeti fonksiyonunu da içermesi durumunda satışların maliyeti kalemini ayrı olarak sunmak koşuluyla Faaliyet Giderleri;
3. Özkaynak yöntemi kullanılarak muhasebeleştirilen iştirakler ve iş ortaklıklarının kâr veya zararından paylar;
4. Vergi gideri ya da geliri;
5. Durdurulan faaliyetlerin toplamına ilişkin tek bir tutar

IFRS 9'a göre aşağıdakiler sunulmalıdır:

1. Etkin faiz yöntemi kullanılarak hesaplanan faiz geliri;
2. IFRS 9'un 5.5 Bölümü uyarınca belirlenmiş değer düşüklüğü zararları (değer düşüklüğü kazanç veya kaybının iptali dâhil);
3. İtfâ edilmiş maliyetinden ölçülen finansal varlıkların finansal tablo dışı bırakılmasından kaynaklanan kazanç ve kayıplar;
4. İtfâ edilmiş maliyetinden ölçülen bir finansal varlığın yeniden sınıflandırılması sonucunda, gerçeğe uygun değer değişimi kâr veya zarara yansıtılarak ölçülmeye başlanması durumunda, finansal varlığın önceki itfa edilmiş maliyeti ile yeniden sınıflandırma tarihindeki gerçeğe uygun değeri arasındaki farktan kaynaklanan kazanç veya kayıplar;
5. Gerçeğe uygun değer değişimi diğer kapsamlı gelire yansıtılarak ölçülen bir finansal varlığın yeniden sınıflandırılması sonucunda, gerçeğe uygun değer değişimi kâr veya zarara yansıtılarak ölçülmeye başlanması durumunda, daha önce diğer kapsamlı gelire yansıtılmış olan ve kâr veya zararda yeniden sınıflandırılan toplam kazanç veya kayıplar.

IFRS 17'ye göre aşağıdakiler sunulmalıdır:

1. Sigorta hasılatı;
2. IFRS 17 kapsamında düzenlenen sözleşmelerden kaynaklanan sigorta hizmeti giderleri;
3. Elde tutulan reasürans sözleşmelerinden kaynaklanan gelir ve giderler;

4. IFRS 17 kapsamında dzenlenen sızleşmelerden kaynaklanan sigorta finansmanı gelir veya giderleri;
5. Elde tutulan reasürans sızleşmelerinden kaynaklanan finansman gelir ve giderleri.

IFRS 18.121 ile IFRS 18.125 arası Paragraflara Dipnot açıklamaları içerisinde yer alacak şekilde “Yönetimin Tanımladığı Performans Ölçütleri” eklenmiştir. Yönetimin tanımladığı performans ölçütleri (MDPM), finansal tablolar dışında finansal tablo kullanıcılarıyla olan iletişimin geliştirilmesi ve işletmelerin finansal performansının belirli noktalarına ilişkin yönetimin görüşünün ortaya konulması amacını taşımaktadır. IFRS 18 kapsamında, düzeltilmiş kâr, düzeltilmiş faaliyet kârı ve düzeltilmiş FVÖK, IAS 36 Varlıklarda Değer Düşüklüğü standardı kapsamında amortisman, itfa ve değer düşüklüğü öncesi faaliyet kârı gelir ve giderlerin alt toplamları bağlamında birer MDPM örneğidir.

IFRS 18 standardıyla ilgili yapılan çalışmalar genel hatlarıyla değerlendirildiğinde, standardın finansal tabloların iletişim yönüne vurgu yaptığı hususu ön plana çıkmaktadır. Örneğin Neves (2024) alışmasında, IFRS 18 standardının Brezilya’daki şirketler açısından yaratabileceği zorluk ve fırsatları ele almış ve yeni standardın finansal performansın daha şeffaf ve tutarlı bir şekilde sunulmasını sağlayarak yatırımcıların şirketlerin finansal performansını daha iyi analiz edebilmelerine olanak tanıyacağını ifade etmiştir. Brezilya Şirketler Yasası’nın uyumlu bir geçiş süreci açısından önemli bir sorun olduğunu belirten çalışma, raporlama noktasındaki uyumun özellikle uluslararası yatırımcılar için daha fazla şeffaflık, güven ve sermaye piyasalarına erişim avantajı sağlayacağını vurgulamıştır.

3. Finansal Performans Ölçümü Açısından IFRS 18

IFRS 18’de ön plana çıkan konuların başında finansal performansın sunulması ve açıklanması yer almaktadır. Finansal performansın sunumu Kapsamlı Gelir Tablosu ile yapılmakla birlikte, kapsamlı gelir sunumu (1) kâr veya zarar, (2) diğer kapsamlı gelir ve (3) bunlara ait sonuçların toplamından oluşmaktadır (IFRS 18, Md. 86). Finansal performansın sunum dışında yapılacak ilave açıklamalarla da desteklenmesi finansal tabloların finansal tablo kullanıcıları ile olan iletişimini arttırmaya yönelik getirilen önemli bir yeniliktir. Bu bağlamda, finansal performansın finansal tablo kullanıcıları tarafından daha iyi anlaşılabilmesi için yönetimin tanımladığı performans ölçütlerine yönelik açıklamaların da ayrıca yapılması gerekmektedir (IFRS 18, Md. 119).

3.1. Kâr veya Zarar Tablosu Sunumunda Yeni Performans Göstergeleri

IFRS 18 diğer kapsamlı gelir sunumuna ilişkin yeni bir yaklaşım sunmazken, kâr veya zarar tablosunun sunumuna ilişkin birtakım yenilikler getirmektedir. IFRS 18’e göre Kâr veya Zarar Tablosu (1) işletme faaliyeti kategorisi, (2) yatırım faaliyeti kategorisi, (3) finansman faaliyeti kategorisi, (4) gelir vergileri kategorisi ve (5) durdurulan faaliyetler kategorisi olmak üzere beş bölümden oluşacak şekilde tasarlanmıştır (IFRS 18, Md. 47). Ancak; (1) belirli varlıklara yatırım yapmak (varlık yatırımı) ve (2) müşterilere finansman sağlamak şeklinde ana işletme faaliyetinde bulunan işletmeler açısından ilave düzenlemeler getirmektedir. Bu düzenlemelerin dışında kalan diğer işletmeler ise IFRS 18’in yürürlüğe girmesiyle birlikte Tablo 2’deki biçimsel yapıda Kâr veya Zarar Tablosu sunumu yapacaklardır.

Tablo 2 incelendiğinde; işletme, yatırım ve finansman faaliyeti kategorileri bazındaki ayırım açık bir şekilde görülmektedir. IFRS 18’e göre yatırım, finansman, gelir vergileri ve durdurulan faaliyet kategorilerinde sınıflandırılmayan tüm gelir ve giderlerin işletme faaliyeti kategorisinde sınıflandırılması gerekmektedir (IFRS 18, Md. 52). Tablo 2’de yer alan “Faiz ve Vergi Öncesi Kâr” kalemi, finansal performansın değerlendirilmesi açısından finansal tablo kullanıcılarına yeni bir alt toplam sunmaktadır. Ancak; ana işletme faaliyeti müşterilerine finansman sağlamak olan bir işletmenin; yalnızca finansman sağlayan işlemlerden kaynaklanan yükümlülüklerden doğan gelir ve giderleri müşterilerine finansman sağlamak ile ilişkili değilse, söz konusu yükümlülüğün (yalnızca finansman sağlayan işlemlerden kaynaklanan) ilk ölçümü, sonraki ölçümü, finansal tablo dışı bırakılmasından kaynaklanan gelir ve giderler ile bir yükümlülüğün oluşumu ve sona ermesiyle doğrudan ilişkili giderler (örneğin işletme maliyetleri) “muhasebe politikası tercihine bağlı olarak” işletme faaliyeti kategorisinde sunulursa, “Faiz ve Vergi Öncesi Kâr veya Zarar” alt toplamı sunulmayacaktır (IFRS 18, Md. 73). Bunun dışında; işletme isterse Kâr veya Zarar Tablosunda ilave alt toplamlar sunma yönünde bir muhakemede de bulunabilir (IFRS 18, Md. 77). Tablo 2’de göze çarpan bir diğer durum ise şerefiye için değer düşüklüğü zararı şeklinde ifade edilen bir gider türünün gider fonksiyonlarından ayrı şekilde sunuluyor olmasıdır. Birleştirme ve ayırıştırma yapılması kapsamında önemli gider kalemi türleri fonksiyon hesaplarına dağıtılmadan da sunulabilmektedir (IFRS 18, Md. 78). Ayrıca, işletme eğer isterse kâr veya zarar tablosundaki giderleri türlerine göre (gider çeşidi) sınıflandırmayı da tercih edebilmektedir (IFRS 18, Md. 80).

Tablo 2. Kâr veya Zarar Tablosu Örneği

Kâr veya Zarar Tablosu Kalemleri	Cari Dönem	Önceki Dönem
Hasılat	367.000	353.100
Satışların Maliyeti	(241.600)	(224.100)
Brüt Kâr veya Zarar	125.400	129.000
İşletme Faaliyetleriyle İlgili Diğer Gelirler	12.200	4.100
Satış Giderleri	(28.900)	(27.400)
Araştırma ve Geliştirme Giderleri	(25.100)	(25.900)
Genel Yönetim Giderleri	(20.900)	(22.400)
şerefiye İçin Hesaplanan Değer Düşüklüğü Zararı	(4.500)	-
İşletme Faaliyetlerle İlgili Diğer Giderler	(1.200)	(5.600)
Faaliyet Kârı veya Zararı	57.000	51.800
İştirak ve İş Ortaklıklarının Kâr veya Zararlarından Paylar	5.300	7.300
Faiz ve Vergi Öncesi Kâr	62.300	59.100
Kiralama Yükümlülükleri ve Diğer Borçlara İlişkin Faiz Giderleri	(13.000)	(13.200)
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Oluşan Faiz Giderleri	(6.500)	(6.000)
Vergi Öncesi Kâr veya Zarar	42.800	39.900
Vergi Gideri	(10.700)	(9.975)
Sürdürülen Faaliyetlerden Kâr veya Zarar	32.100	29.925
Durdurulan Faaliyetlerden Kâr veya Zarar	-	(5.500)
Net Kâr veya Zarar	32.100	24.425

Kaynak: IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklamaya İlişkin Açıklayıcı Örnekler, s. 7.

3.1.1. Kâr veya Zarar Tablosunda Kategorilerin Ayrımında Dikkat Edilecek Hususlar

IFRS 18 47. Maddeye göre bir kuruluş kâr veya zarar tablosunda yer alan gelir ve giderlerini beş kategoriden birinde sınıflandırmak durumundadır. İşletme faaliyetleri kategorisi, kâr veya zarar tablosunda yer alan ve diğer kategorilerde sınıflandırılmayan tüm gelir ve giderleri içerir (IFRS 18, Md. 52). IFRS 18 49. Maddeye göre bir kuruluşun esas faaliyetleri kapsamında varlıklara yatırım yapıp yapmadığını veya müşterilere finansman sağlayıp sağlamadığını değerlendirmesi gerekmektedir. Bir kuruluş, birden fazla ana iş faaliyetine sahip olabilir. Örneğin, gerek bir ürün üretimi gerekse müşterilerine finansman sağlayan bir kuruluş, hem üretim hem de müşteri finansmanı faaliyetini ana iş faaliyetleri olarak kabul edebilir. Bu bağlamda, gelir ve giderlerin bu standarda uygun olarak işletme, yatırım ve finansman kategorilerine sınıflandırılabilmesi için, kuruluşun yalnızca varlıklara yatırım yapmanın ve/veya müşterilere finansman sağlamasının ana iş faaliyetlerinden biri veya her ikisi olup olmadığını tespit etmesi yeterlidir (IFRS 18, B.30). Bir kuruluş, varlıklara yatırım yapmanın veya müşterilere finansman sağlamasının, ana iş faaliyeti olup olmadığı olgusunu değerlendirme sürecinde kanıtlara dayanarak kendi muhakemesini kullanmalıdır (IFRS 18, B.33).

Bir kuruluşun varlıklara yatırım yapması veya müşterilere finansman sağlaması ayrımında, bu tür faaliyetlerden elde edilen belirli bir alt toplam türü, işletme performansının önemli bir göstergesi olarak kullanılıyorsa, bu alt toplama bakılarak ilgili faaliyetin kuruluşun ana iş faaliyeti olup olmadığı tespit edilebilir. Brüt kâra benzer bu alt toplamlara net faiz geliri, net ücret ve komisyon geliri, sigorta hizmeti sonucu ya da net kira geliri örnek olarak verilebilir (IFRS 18, B.123). Brüt kâra benzer ilgili alt toplamlar, işletme esas faaliyet performansını değerlendirmek ve izlemek amacıyla veya esas faaliyet harici bir performans değerlendirmesine göre kullanılabilir. Bu bağlamda, işletmenin ana iş faaliyetini belirleme noktasında önemli bir kanıt olan bu toplamların kullanım amacı, ilgili kuruluşun faaliyet alanını tespit etmesine yardımcı olacaktır.

Bir kuruluşun esas faaliyetinin varlıklara yatırım yapma ya da müşterilere finansman sağlamak noktasındaki ayrımın tespitinde bir diğer yardımcı unsur da IFRS 8 Faaliyet Bölümleri standardıdır. İşletmede bir faaliyet bölümü kuruluşun işletme performansının önemli bir göstergesi ise ilgili bölüme dayanılarak ana faaliyet konusu tespit edilebilir (IFRS 18, B.36). Bu kapsamda ana iş faaliyeti varlıklara yatırım yapmak olan kuruluşlara şu işletmeler örnek olarak gösterilebilir (IFRS 18, B.31):

- IFRS 10 Konsolidasyon standardında tanımlandığı şekilde yatırım kuruluşları;
- Gayrimenkul Yatırım şirketleri
- Sigorta şirketleri

Müşterilere ana iş faaliyeti olarak finansman sağlayabilecek kuruluş örnekleri ise şunlardır (IFRS 18, B.32):

- (a) Bankalar ve diğer kredi kuruluşları;
- (b) Müşterilere kuruluşun ürünlerini satın alabilmeleri için finansman sağlayan kuruluşlar; ve
- (c) Müşterilere finansal kiralama yoluyla finansman sağlayan kiralayanlar.

3.1.2. İşletme Faaliyetleri Kategorisi

Bir kuruluş, kâr veya zarar tablosunda yer alan ve aşağıdaki kategorilerde sınıflandırılmayan tüm gelir ve giderlerini işletme faaliyetleri kategorisinde sınıflandıracaktır:

- (a) yatırım kategorisi;
- (b) finansman kategorisi;
- (c) gelir vergileri kategorisi; veya
- (d) durdurulan faaliyetler kategorisi.

IFRS 18 standardının 47-66. arasındaki maddeleri bir kuruluşun ana iş faaliyetlerinden elde ettiği gelir ve giderleri, öz sermaye yöntemi kullanılarak muhasebeleştirilen yatırımlardan elde edilen gelir ve giderler hariç, kâr veya zarar tablosunun işletme kategorisinde sınıflandırmasına neden olur. Buna ek olarak, işletme faaliyetleri kategorisi bir kuruluşun ana iş faaliyetlerinden elde ettiği gelir ve giderlerle sınırlı değildir. Bir kuruluş tarafından diğer kategorilerde sınıflandırılmayan, değişken veya süreklilik arz etmeyen gelir veya giderler dahil tüm gelir ve giderleri yine bu kategoride sınıflandırılacaktır. Kâr veya zarar tablosunun işletme faaliyetleri kategorisinde bir kuruluş giderlerini, giderlerinin en yararlı yapılandırılmış özetini sağlayacak şekilde bu özelliklerden birini veya her ikisini de kullanarak, satır öğeleri halinde sınıflandırmalı ve sunmalıdır (Çeşit esaslı / fonksiyon esaslı) (IFRS 18, B.80–B.85). Tablo 3'te IFRS 18'e göre işletme faaliyetleri kategorisinin çeşit esaslı örneğine yer verilmiştir.

Tablo 3. Çeşit Esasına Göre Kâr veya Zarar Tablosu İşletme Faaliyetleri Kategorisi Örneği

Kâr veya Zarar Tablosu Kalemleri	Cari Dönem	Önceki Dönem
Amortisman		
Satışların Maliyeti	23.710	21.990
Araştırma ve Geliştirme Giderleri	2.515	2.590
Genel Yönetim Giderleri	4.975	4.750
Toplam Amortisman	31.200	29.330
Tükenme Payları		
Araştırma ve Geliştirme Giderleri	13.840	12.690
Toplam Tükenme Payları	13.840	12.690
Çalışanlara Sağlanan Faydalar		
Satışların Maliyeti	61.640	57.175
Satış Giderleri	7.515	7.110
Araştırma ve Geliştirme Giderleri	6.545	6.750
Genel Yönetim Giderleri	8.920	5.825
Toplam Çalışanlara Sağlanan Faydalar	84.620	76.860
Değer Düşüklüğü Zararları		
Araştırma ve Geliştirme Giderleri	1.600	1.500
şerefiye Değer Düşüklüğü Zararı	4.500	-
Toplam Değer Düşüklüğü Zararları	6.100	1.500
Stoklar Değer Düşüklüęü⁶		
Satışların Maliyeti	2.775	2.625
Toplam Stoklar Değer Düşüklüğü	2.775	2.625

Kaynak: IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklamaya İlişkin Açıklayıcı Örnekler, s. 12.

⁶ Açıklanan tutarlar, zararları ve toplam değer düşüklüğü zararlarının ve değer düşüklüğü stoklarının iptallerinin ve stok değer düşüklüğünün iptallerinin toplamını temsil etmektedir.

3.1.3. Yatırım Faaliyetleri Kategorisi

Varlıklardan elde edilen gelirler, varlıkların ilk ve sonraki ölçümünden kaynaklanan gelir ve giderler, varlıkların finansal tablo dışı bırakılması ve varlıkların edinilmesi ile elden çıkarılmasına doğrudan atfedilebilen giderler (örneğin, işlem maliyetleri ve varlıkları satma maliyetleri) bir kuruluşun yatırım kategorisinde sınıflandıracağı gelir ve giderler arasındadır. Bu gelir ve gider kalemleri standardın açıklama bölümü 47. maddesinde, faiz, temettüleri, kira geliri, amortisman, değer düşüklüğü kayıpları ve değer düşüklüğü kayıplarının tersine çevrilmesi; gerçeğe uygun değer kazanç ve kayıpları ve varlığın finansal durum tablosundan çıkarılması veya satış amaçlı olarak sınıflandırılmasından ve yeniden ölçülmesinden elde edilen gelir ve giderler şeklinde örneklendirilmiştir. İlgili gelir ve gider kalemleri, standardında 53. Maddesine göre iştirakler, ortak girişimler ve konsolide edilmemiş bağı ortaklıklardaki yatırımlar, nakit ve nakit benzerleri ve kuruluşun diğer kaynaklarından bağımsız ve büyük ölçüde bağımsız bir getiri sağlayan diğer varlıklar şeklinde yatırım kategorisinde sınıflandırılacaktır.

Diğer kaynaklardan bağımsız ve büyük ölçüde bağımsız bir getiri sağlayan diğer varlıklar, borç ve özsermaye yatırımları ile yatırım amaçlı gayrimenkuller ve bu gayrimenkullerin kira gelirlerine yönelik alacaklar şeklinde örneklendirilebilir. Bir kuruluşun esas faaliyeti bu tür yatırımlar ise bu durumda elde edilen gelir ve giderler işletme faaliyetleri kategorisinde sınıflandırılır. Ana faaliyet konusu varlıklara yatırım yapmak olan işletmelerde, iştirakler, ortak girişimler ve konsolide edilmemiş bağı ortaklıklardaki yatırımlar, varlıklar öz sermaye yöntemi uygulanarak muhasebeleştiriliyorsa yatırım kategorisinde, varlıklar öz sermaye yöntemi uygulanarak muhasebeleştirilmiyorsa işletme faaliyetleri kategorisinde sınıflandırılacaktır.

3.1.4. Finansman Faaliyetleri Kategorisi

Finansman kategorisinde hangi gelir ve giderlerin sınıflandırılacağını belirlemek için bir kuruluş, yalnızca finansman sağlamayı içeren işlemlerden kaynaklanan yükümlülükler ile bu kapsama girmeyen, yani yalnızca finansman sağlamayı içermeyen işlemlerden kaynaklanan yükümlülükler arasında ayırım yapmalıdır (IFRS 18, Md.59). Standardın 59(a) maddesinde belirtilen yükümlülükler (yani, yalnızca finansman sağlamayı içeren işlemlerden kaynaklanan yükümlülükler) için, bir kuruluş, yükümlülüklerin ilk ve sonraki ölçümünden kaynaklanan gelir ve giderleri ve yükümlülüklerin ihracına ve tasfiyesine doğrudan atfedilebilen artımlı giderleri (örneğin işlem maliyetleri), kâr veya zarar tablosunda finansman faaliyetleri kategorisinde sınıflandıracaktır.

Standardın 65. Maddesi, müşterilere finansman sağlayan bir kuruluşun, ana iş faaliyeti olarak, yalnızca finansman sağlamayı içeren işlemlerden kaynaklanan bazı veya tüm yükümlülüklerden elde edilen gelir ve giderleri işletme kategorisinde sınıflandırmasını gerektirir. Bir kuruluş müşterilere finansmanı ana iş faaliyeti olarak sağlıyorsa, gelir ve giderleri (IFRS 18, Md.59) şu şekilde sınıflandıracaktır:

- (a) Madde 59(a)'da belirtilen yükümlülüklerden (yani, yalnızca finansman sağlamayı içeren işlemlerden kaynaklanan yükümlülükler):
 - (i) yükümlülükler müşterilere finansman sağlamakla ilgiliyse işletme kategorisinde.
 - (ii) yükümlülükler müşterilere finansman sağlamakla ilgili değilse Madde 60'ta belirtilen gelir ve giderleri işletme kategorisinde veya finansman kategorisinde sınıflandırmak için bir muhasebe politikası seçimi uygulayarak sınıflandırır.

3.1.5. Diğer İşletme Türlerine İlişkin Kâr veya Zarar Tablosu Örnekleri

IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklamaya İlişkin Açıklayıcı Örnekler kapsamında ana faaliyet konusuna göre farklı kâr veya zarar tablosu örneklerine yer verildiği bu bölümde öncelikle ana faaliyet konusu müşterilere finansman sağlamak olan bir üretici kuruluşun kâr veya zarar tablosu sunulmuştur. Tablo 4 incelendiğinde Müşterilere Finansman Sağlanmasıyla İlgili Faiz Gelirleri ile Müşterilere Finansman Sağlanmasıyla İlgili Faiz Giderleri kalemlerinin netleştirilmesi sonucunda Brüt Kâr veya Zarar kalemine benzer Net Faiz Geliri alt toplamı dikkat çekmektedir. Bu kapsamda, Müşterilere Finansman Sağlanmasıyla İlgili Olmayan Borçlanmalara İlişkin Faiz Giderleri ve Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Oluşan Faiz Giderleri şeklinde bir finansman faaliyetleri raporlaması yapılmıştır.

Tablo 4. Ana Faaliyet Konusu Müşterilere Finansman Sağlamak Olan Bir Üretici Kuruluşun Kâr veya Zarar Tablosu Örneği

Kâr veya Zarar Tablosu Kalemleri	Cari Dönem	Önceki Dönem
Hasılat	390.000	365.000
Satışların Maliyeti	(285.000)	(270.000)
Brüt Kâr veya Zarar	105.000	95.000
Müşterilere Finansman Sağlanmasıyla İlgili Faiz Gelirleri	119.500	121.000
Müşterilere Finansman Sağlanmasıyla İlgili Faiz Giderleri	(110.000)	(100.800)
Net Faiz Geliri	9.500	20.200
Satış Giderleri	(28.900)	(26.300)
Araştırma ve Geliştirme Giderleri	(15.800)	(15.400)
Genel Yönetim Giderleri	(22.900)	(23.600)
İşletme Faaliyetlerle İlgili Diğer Giderler	(4.500)	(5.400)
Faaliyet Kârı veya Zararı	42.400	44.500
Yatırımlardan Elde Edilen Gelirler	5.500	4.000
Faiz ve Vergi Öncesi Kâr	47.900	48.500
Müşterilere Finansman Sağlanmasıyla İlgili Olmayan Borçlanmalara İlişkin Faiz Giderleri	(3.800)	(3.500)
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Oluşan Faiz Giderleri	(3.600)	(4.200)
Vergi Öncesi Kâr veya Zarar	40.500	40.800
Vergi Gideri	(10.125)	(10.200)
Net Kâr veya Zarar	30.375	30.600

Kaynak: IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklamaya İlişkin Açıklayıcı Örnekler, s. 22.

Tablo 5'te ana faaliyet konusu finansal varlıklara yatırım yapmak olan bir sigorta şirketinin kâr veya zarar tablosu örneği sunulmuş olup ilgili tabloda Sigorta Gelirleri ve Sigorta Hizmeti Giderleri kalemlerinin netleştirilmesi sonucunda Brüt Kâr veya Zarar kalemine benzer Sigorta Hizmeti Sonucu alt toplamı raporlanmıştır. Buna ek olarak, Faiz ve Vergi Öncesi Kâr alt toplamı öncesinde Net Finansal Sonuca yer verilmiş ve Sigorta Hizmeti Sonucu ile Faaliyet Kârı veya Zararı sunulmuştur.

Tablo 5. Ana Faaliyet Konusu Finansal Varlıklara Yatırım Yapmak Olan Bir Sigorta şirketinin Kâr veya Zarar Tablosu Örneği

Kâr veya Zarar Tablosu Kalemleri	Cari Dönem	Önceki Dönem
Sigorta Gelirleri	138.200	133.800
Sigorta Hizmeti Giderleri	(107.000)	(106.000)
Sigorta Hizmeti Sonucu	31.200	27.800
Yatırımlardan Elde Edilen Gelirler	117.000	103.000
Kredi Değer Düşüklüğü Zararı	(5.000)	(1.500)
Sigorta Finansman Giderleri	(85.900)	(84.000)
Net Finansal Sonuç	26.100	17.500
İşletme Faaliyetlerle İlgili Diğer Giderler	(3.100)	(4.600)
Faaliyet Kârı veya Zararı	54.200	40.700
İştirak ve İş Ortaklıklarının Kâr veya Zararlarından Paylar	(5.400)	4.800
Faiz ve Vergi Öncesi Kâr	48.800	45.500
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Oluşan Faiz Giderleri	(2.500)	(2.200)
Vergi Öncesi Kâr veya Zarar	46.300	43.300
Vergi Gideri	(10.200)	(9.000)
Net Kâr veya Zarar	36.100	34.300

Kaynak: IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklamaya İlişkin Açıklayıcı Örnekler, s. 23.

Tablo 6'da ana faaliyet konusu finansal varlıklara yatırım yapmak ve müşterilere finansman sağlamak olan bir yatırım ve ticaret bankasının kâr veya zarar tablosu örneğine yer verilmiştir. Brüt Kâr veya Zarar kalemine benzer bir şekilde Faiz Gelir ve Giderleri ile Ücret ve Komisyon Gelir ve Giderleri ayrı kalemlerde netleştirilmiştir.

Tablo 6. Ana Faaliyet Konusu Finansal Varlıklara Yatırım Yapmak ve Müşterilere Finansman Sağlamak Olan bir Yatırım ve Ticaret Bankasının Kâr veya Zarar Tablosu Örneği

Kâr veya Zarar Tablosu Kalemleri	Cari Dönem	Önceki Dönem
Faiz Gelirleri	356.000	333.800
Faiz Giderleri	(281.000)	(259.000)
Net Faiz Geliri	75.000	74.800
Ücret ve Komisyon Gelirleri	76.800	74.300
Ücret ve Komisyon Giderleri	(45.300)	(44.800)
Net Ücret ve Komisyon Geliri	31.500	29.500
Net Ticaret Gelirleri	9.100	900
Net Yatırım Gelirleri	11.600	7.800
Kredi Değer Düşüklüğü Zararı	(17.300)	(19.100)
Çalışanlara Sağlanan Faydalar	(55.100)	(49.500)
Amortisman ve Tükenme Payları	(6.700)	(5.950)
İşletme Faaliyetleriyle İlgili Diğer Giderler	(5.100)	(4.550)
Faaliyet Kârı veya Zararı	43.000	33.900
İştirak ve İş Ortaklıklarının Kâr veya Zararlarından Paylar	1.800	2.100
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Oluşan Faiz Giderleri	(2.200)	(1.800)
Vergi Öncesi Kâr veya Zarar	42.600	34.200
Vergi Gideri	(11.200)	(9.000)
Net Kâr veya Zarar	31.400	25.200

Kaynak: IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklamaya İlişkin Açıklayıcı Örnekler, s. 25.

3.2. Yönetimin Tanımladığı Performans Ölçütleri

Yönetimin tanımladığı performans ölçütleri (Management-Defined Performance Measures, MDPM), gelir ve giderlerin Kâr veya Zarar Tablosunda sunulmayan alt toplamalarının açıklanması işlemidir. İşletme bu açıklamayı, işletmenin finansal performansının bir yönüne ilişkin yönetimin görüşünü finansal tablo kullanıcılarına iletmek amacıyla yapmaktadır. IFRS 18, 117. Maddeye göre yönetimin tanımladığı performans ölçütleri, bir işletmenin finansal tablolar dışında kamuya açık iletişimlerinde kullandığı veya işletmenin, bir bütün olarak işletmenin finansal performansının bir yönüne ilişkin yönetimin görüşünü finansal tablo kullanıcılarına iletmek için kullandığı gelir ve giderlerin alt toplamı olarak ifade edilebilir. İşletme yönetiminin, finansal performansın belirli yönlerini kendi perspektifleriyle açıklamak amacıyla geliştirdiği ve kullandığı özel bir performans ölçümü olan MDPM, finansal tablo kullanıcılarına işletmenin performansını daha iyi anlamaları için yönetimin bakış açısını yansıtan ek bilgiler sunar ve yatırımcılar ve diğer ilgililer için işletmenin performansını, yönetimin kendi iç analizleri doğrultusunda değerlendirmelerine yardımcı olur.

3.2.1. Yönetimin Tanımladığı Performans Ölçütlerinin Amacı ve Rolü

IFRS 18 121. Madde MDPM'lerin açıklanma amacını şu şekilde ifade etmektedir;

İşletmenin, yönetimin tanımladığı performans ölçütleri ile ilgili olarak yapacağı açıklamaların amacı, finansal tablo kullanıcılarının aşağıdaki hususları anlamalarına yardımcı olacak bilgiyi sağlamaktır:

- Yönetimin bakış açısına göre, yönetimin tanımladığı performans ölçüsüyle iletilen finansal performansın hangi yönü olduğu; ve
- Yönetimin tanımladığı performans ölçüsünün, IFRS Muhasebe Standartları tarafından tanımlanan ölçülerle nasıl karşılaştırıldığı.

Bir işletme, her bir MDPM'yi açık ve anlaşılır bir şekilde tanımlamalı ve bu tanımlar finansal tablo kullanıcılarını yanıltmamalıdır (IFRS 18, B.134–B.135). İşletme, yönetimin görüşüne göre bu performans ölçüsünün hangi finansal performans yönünü iletildiğini tanımlamalıdır. Bu açıklama, yönetimin neden bu ölçünün işletmenin finansal performansı hakkında faydalı bilgi sağladığını düşündüğüne dair gerekçeleri de içermelidir. Yönetimin tanımladığı performans ölçüsünün nasıl hesaplandığı açıkça belirtilmelidir (IFRS 18, Md.123). Bir işletme, bir MDPM hesaplama yönteminde değişiklik yaparsa, yeni bir MDPM eklerse veya daha önce açıklanan bir MDPM'yi kullanmayı bırakırsa, kullanıcılara değişiklik, ekleme veya kaldırma ve bunların etkilerini anlamalarını sağlayacak bir açıklama yapmak zorundadır. Değişiklik, ekleme veya kaldırmayı yansıtacak şekilde yeniden düzenlenmiş karşılaştırmalı bilgiler sağlanmalı ve eğer bu uygulama imkânsızsa, bu durum belirtilmelidir (IFRS 18, Md.124).

IFRS 18, 118. Maddeye göre, şu unsurlar yönetimin tanımladığı performans ltleri kapsamında yer almaz;

- Brüt kr veya zarar ve brüt kr veya zarara benzer net faiz geliri, net ücret ve komisyon geliri, sigorta hizmeti sonucu, net finansal sonuç ve net kira geliri gibi alt toplamlar (IFRS 18 B123);
- Amortisman, itfa ve IAS 36 kapsamındaki değer düşüklüğü öncesi faaliyet karı veya zararı;
- z kaynak yöntemiyle muhasebeleştirilen tüm yatırımlardan elde edilen gelir ve giderleri içeren faaliyet karı veya zararı;
- Vergi ncesi kar veya zarar;
- Devam eden faaliyetlerden elde edilen kar veya zarar.

Gelir ve giderlere dair alt toplamlar, finansal tablolar dışında kamuya açık bir şekilde raporlandığında, bu alt toplamın kullanıcıya yönetimin finansal performansına ilişkin görüşünü yansıtacağı varsayılır. Ancak, eğer işletme, makul ve desteklenebilir bilgilere dayanarak bu alt toplamın yönetimin finansal performansına dair görüşünü yansıtmadığını ortaya koyarsa bu varsayımı rtebilir (IFRS 18, Md.119-120). İlgili alt toplamların yönetimin performans görüşünü yansıtmadığını gösteren kanıtlar sunulması ve alt toplamların kullanılma amacının yönetimin performans görüşünü iletmenin ötesinde başka bir nedeninin olması bu durumlara örnek gösterilebilir.

IFRS 18 B.125-128 aralığında gelir ve giderlere ait alt toplamların yönetimin görüşünü yansıtmadığı durumlar şu şekilde ifade edilmiştir;

- Alt toplam iletişimde belirgin bir şekilde vurgulanmazsa bir başka ifadeyle önemsizse, yönetimin görüşünü iletmez. Örneğin, alt toplamın nadiren referans alınması veya yalnızca bazı kullanıcıların talepleri doğrultusunda sağlanması, bu toplamın önemli olmadığını gösterir.
- Eğer yönetim ilgili alt toplamı işletme içinde finansal performansı değerlendirmek için kullanmıyorsa, bu toplam yönetimin bakış açısını yansıtıyor olabilir. Ancak, alt toplam içsel raporlamada kullanılıyorsa ve kamuya açık bir şekilde de raporlanıyorsa, bu durumda yönetimin performans lş olarak kabul edilir.

IFRS 18 B.129, bir işletmenin alt toplamı kamuya açık iletişimde yönetimin finansal performans görüşünü iletme dışında başka amaçlarla kullanabileceği durumlara ilişkin makul ve desteklenebilir bilgi örnekleri sunmaktadır. Örneğin; alt toplamın yasal veya düzenleyici bir zorunluluk nedeniyle kamuya açık iletişimde kullanılması, bu toplamın yönetimin performansını iletme amacı gütmediğini gösterir. Alt toplam, finansal raporlama standartlarına göre değil de başka bir muhasebe çerçevesine göre hazırlanmış finansal tablolarla ilgili performansı iletme amacıyla kullanılıyorsa, bu durum da yönetimin performans görüşüyle doğrudan ilişkili değildir. Alt toplam, bir dış tarafın talebini karşılamak amacıyla kullanılıyorsa, bu durum da yönetimin finansal performansını yansıtma amacı taşımadığını gösterir. Son olarak, alt toplam, finansal performans dışında başka bir bilgi iletme için kullanılıyorsa (rneğin, operasyonel verimlilik, çevresel etki vb.), bu durumda da yönetimin finansal performans görüşüyle ilgisi olmayabilir. Yönetimin tanımladığı performans ltleri zaman içerisinde değişiklik arz edebilir. Standardın B.131 maddesinde bir işletmenin alt toplamları nasıl kullandığı ve zamanla bu kullanımın nasıl değişebileceği açıklanmaktadır. Bu bağlamda, bir alt toplamın başlangıçta "yönetimin tanımladığı bir performans lt" olarak kabul edilmemiş olabileceği, ancak zaman içinde bu statüyü kazanabileceği veya bu statüyü kaybedebileceği vurgulanmaktadır.

3.2.2. Yönetimin Tanımladığı Performans lt rnekleri

IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklamaya İlişkin Açıklayıcı rnekler kapsamında Yönetimin Tanımladığı Performans lt örneklerine yer verildiği bu bölümde XYZ Grubu adında bir işletme yönetiminin MDPM uygulamaları sunulmuştur. Tablo 7’de XYZ Grubu’nun Kr veya Zarar Tablosundaki işletme faaliyeti kategorisi sonucu elde ettiği kr veya zararı, IFRS Muhasebe Standartları uyarınca tanımlanmış biçiminden farklı bir izahla (performans bazlı) dipnotlarda açıklamak istediği bir örnek uygulamaya yer verilmiştir.

İşletme yönetimi Tablo 7’de sunduğu bilgilerden hareketle, Kr veya Zarar Tablosunda yapmış olduğu sunuma ilave olarak aşağıdaki tespitleri de açıklamış olacaktır:

- Değer düşüklüğü zararı ile ilgili bir vergi indirimi bulunmadığından herhangi bir vergi avantajı sağlanamamıştır.
- Genel yönetim giderleri içerisinde sınıflandırılmış olan yeniden yapılandırma giderleri, işletmenin X ülkesindeki çeşitli fabrikaların kapatılmasıyla ilgili olan işten çıkarma giderlerini, çalışanların yeniden eğitim giderlerini ve yer değiştirme giderlerini içermektedir. Vergi etkisi, X ülkesinde uygulanmakta olan yasal vergi oranı dikkate alınarak hesaplanmıştır.
- Maddi duran varlıkların elden çıkartılmasından kaynaklanan kazançlar, Y ülkesindeki bazı taşınmazların elden çıkartılmasından kaynaklanmaktadır. Vergi etkisi, Y ülkesinde uygulanmakta olan yasal vergi oranı dikkate alınarak hesaplanmıştır.

İşletme yönetimi Tablo 7’deki bilgileri ve ulaştığı tespitleri açıklayarak, finansal tablolar üzerinden finansal tablo kullanıcıları ile sağlamaya çalıştığı iletişimi daha da gulendirmiş olacaktır. Söz konusu açıklamalar, işletme yönetiminin önemli açıklama hususları barındırdığına kanaat getirdiği her bir alt toplam için ayrı ayrı yapılabilir.

Tablo 7. XYZ Grubu Yönetimin Tanımladığı Performans Ölçütü Örneği

		Değer Düşüklüğü Zarar Karşılıkları /İptalleri	Yeniden Yapılandırma Karşılıkları /İptalleri	MDV Satış Kazançları /Kayıpları	
İşletme Faaliyetlerinden Diğer Gelirler		-	-	(1.800)	Yönetimin Tanımladığı Performans Ölçütü
Araştırma ve Geliştirme Giderleri		1.600	-	-	
Genel Yönetim Giderleri		-	3.800	-	Düzeltilmiş İşletme Faaliyeti Kategorisi Kârı
şerefiye İçin Değer Düşüklüğü Zararları		4.500	-	-	
İşletme Faaliyeti Kategorisi Kârı	57.000	6.100	3.800	(1.800)	65.100
					Düzeltilmiş Sürdürülen Faaliyet Kârı
Vergi Gideri		-	(589)	297	
Sürdürülen Faaliyet Kârı	32.100	6.100	3.211	(1.503)	39.908
Kontrol Gücü Olmayan Paylar Kısmı		305	161	-	

Kaynak: IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklamaya İlişkin Açıklayıcı Örnekler, s. 15 – 16.

Bununla birlikte şu hususlar da yönetimin tanımladığı performans ölçütleri kategorisine örnek oluşturmaktadır;

- **Düzeltilmiş Faaliyet Kârı (Adjusted Operating Profit):** XYZ Grubu'nun ana faaliyetlerinden elde ettiği kârdan süreklilik arz etmeyen veya olağan dışı kabul edilen kalemler hariç tutularak hesaplanan düzeltilmiş faaliyet kârı değer bir MDPM örneğidir. Bu kapsamda, maddi ve maddi olmayan duran varlıkların değer düşüklüğü zararları, yeniden yapılandırma giderleri ve süreklilik arz etmeyen dava giderleri gibi unsurlar dahil edilmeyerek XYZ Grubu, düzeltilmiş faaliyet kârını, işletmenin sürekli ve temel faaliyetlerinden elde edilen kârlılığı daha iyi anlamak için sunmaktadır.
- **Devam Eden Faaliyetlerden Elde Edilen Düzeltilmiş Kâr (Adjusted Profit from Continuing Operations):** XYZ Grubu'nun devam eden faaliyetlerinden elde ettiği kârdan, süreklilik arz etmeyen gelir ve gider kalemleri hariç tutularak hesaplanan devam eden faaliyetlerden elde edilen düzeltilmiş kâr değer bir MDPM örneğidir. Bu kapsamda, bağlı ortaklıkların ve iştiraklerin elden çıkarılmasından doğan kazanç veya zararlar, dava giderleri (örneğin, fikri mülkiyet ihlalleri gibi tek seferlik masraflar) ve düzenleyici kuralların ihlali nedeniyle ödenen cezalar dahil edilmeyerek XYZ Grubu, süreklilik arz eden ve esas faaliyetlerinden kaynaklanan kârlılığı daha iyi değerlendirmek için bu MDPM’yi kullanabilir.
- **Düzeltilmiş EBITDA (Adjusted EBITDA):** XYZ Grubu'nun faiz, vergi, amortisman ve itfa payları öncesi kârı (EBITDA), süreklilik arz etmeyen veya olağan dışı kabul edilen kalemler hariç tutularak hesaplanan düzeltilmiş EBITDA değer bir MDPM olarak kullanılabilir. Bu kapsamda, önceki örneklerde yer alan unsurlar hesaplamaya dahil edilmeyerek daha gerçekçi bir sunum tercih edilebilir.
- **Düzeltilmiş Nakit Akışı (Adjusted Cash Flow):**
- **Düzeltilmiş Serbest Nakit Akışı (Adjusted Free Cash Flow):** XYZ Grubu'nun faaliyetlerinden elde ettiği nakit akışlarından, süreklilik arz etmeyen veya olağan dışı kabul edilen kalemler hariç tutularak hesaplanan düzeltilmiş nakit akışı veya net nakit akışından sermaye harcamaları ve önceki unsurlar çıkarılarak hesaplanan düzeltilmiş serbest nakit akışı, ilgili işletmenin nakit yaratma kapasitesini ve nakit akışlarının operasyonel sürdürülebilirlik üzerindeki etkilerini daha iyi ortaya raporlayabilme açısından birer MDPM örneği olarak sunulabilir.

4. Sonuç

IFRS 18 Finansal Tablolarda Sunum ve Açıklama standardı, finansal performansın sunumu ile ilgili olarak uzun yıllardır devam eden sorunlara çözüm olabilecek yeni yaklaşımlarıyla birlikte IFRS Muhasebe Standartları içerisinde yerini almıştır. Yeni standart “daha iyi iletişim” hedefine uygun olarak tasarlanmış, finansal tablo kullanıcılarının işletmenin finansal performansını daha iyi okuyabilmeleri için yeni hükümler getirmiştir.

Yapılan bu çalışmada aktarılan tüm yenilikler, IFRS 18’in finansal raporlama konusunda nasıl bir dönüm noktası olduğunu kanıtlar niteliktedir. Bu bağlamda, IFRS 18’in genel olarak aşağıdaki tespit edilen katkıları sağlayacağı söylenebilir:

- I. İhtiyaca uygunluk kapsamındaki önemli bilgilerin gerek finansal tablolardaki alt toplamlarda gerekse dipnotlarda açık ve anlaşılır bir biçimde sunulabilmesi sağlanacaktır. Böylelikle, finansal tablo kullanıcıları ile olan iletişim yolu güçlendirilecektir.
- II. Kâr veya zarar tablosundaki faaliyet bazlı bölümlene, performansın kaynağının anlaşılabilmesi adına daha yararlı olacaktır. Bu durum, gelecek performans beklentileri ile ilgili öngörülerin daha isabetli bir biçimde yapılabilmesine olanak sağlayacaktır.
- III. Ana işletme faaliyeti itibarıyla farklı işletmelerin detaylı kâr veya zarar tablosu sunumu yapabilmeleri olanaklı hale gelecektir. Böylelikle farklı işletmeler arasında daha doğru ve etkili performans karşılaştırmaları yapılabilecektir.
- IV. Yönetimin performans göstergesi olarak sunmayı amaçladığı bilgilerin finansal tablolar dışında izah edilebilmesi imkânı oldukça genişletilmiştir. Yönetimin tanımladığı performans ölçütleri kar veya zarar tablosunda sunulan performansın daha iyi anlaşılmasına olumlu yönde katkı sağlayacaktır.

01.01.2027 ve sonrasındaki yıllık raporlama dönemleri itibarıyla IFRS 18’in yürürlüğe girerek uygulanmaya başlanmasıyla, özellikle finansal tablolarda sunulan ve dipnotlarda açıklanan performansın ne ölçüde iyileştiği daha açık bir biçimde görülmeye başlanacaktır. Gelecek süreçte; işletmeler tarafından IFRS 18’e uygun olarak hazırlanacak finansal tabloların içeriklerine yönelik analizlerle, IFRS 18’in uygulamada görülen spesifik katkılar, uygulama kısıtları ve karşılaşılan problemleri vb. daha açık bir biçimde ortaya konulabilecektir. Bu bağlamda; bu çalışmayı takiben yapılacak akademik çalışmalarda, IFRS 18’in uygulanmaya başlanması ile birlikte elde edilen kazanımlar daha iyi okunmaya ve anlaşılmaya başlanacaktır.

Kaynakça

IFRS 18 (2024). *Effects Analysis*, IFRS Foundation.

IFRS 18 (2024). *Illustrative Examples on Presentation and Disclosure in Financial Statements*, IFRS Foundation.

IFRS 18 (2024). *Presentation and Disclosure in Financial Statements*, IFRS Foundation.

NEVES, H. C. (2024). IFRS 18 Implementation in Brazilian Enterprises: Challenges and Opportunities. *International Journal of Business Administration*, (15) 2, 102 – 112.

SULTANOğLU, B. (2020). Finansal Raporlamada Daha İyi İletişim”: Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu’nun Yaptığı alışmalar. *Muhasebe ve Denetim Bakış*, (60), 229 – 250.

ÖZTÜRK, E. (2023). IAS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu Standardının Gelişimi ve Gelecek Dönemler İçin Yapılan Değişiklik alışmaları. Editör: Prof.Dr. Yıldız ÖZERHAN, *Denetim, Güvence ve Finansal Raporlama Standartlarında Güncel Gelişmeler* içinde, 217 – 246.

İnternet Kaynakları:

https://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS%20Sunumlar/ek_1.pdf (Erişim Tarihi: 13.07.2024)

<https://www.ifrs.org/projects/work-plan/primary-financial-statements/ed-primary-financial-statements/#consultation> (Erişim Tarihi: 13.07.2024)

EVALUATION OF MORALITY AND ETHICS IN TOURISM MARKETING ¹

TURİZM PAZARLAMASINDA AHLAK VE ETİK DEĞERLENDİRMESİ

Hülya ÇAĞIRAN KENDİRLİ 

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 31.07.2024
Kabul Tarihi: 31.12.2024*

Öz

Turizm şletmelerinde etik ve ahlaki değerlendirmeler oldukça önemlidir. Bu alanda mşşterinin etik dışı davranışları incelenir ve üzüm nerileri sunulur. Turizm şletmelerinde mşşterilerin en sık görülen etik dışı davranışları kaba sözler, fiziksel şiddet, hırsızlık ve kurallara uymamadır. Sinizmin yanı sıra tüketicilerin iyi niyetinden yararlanarak ürünleri daha yüksek fiyatlara satma eğilimi de etik tüketicilerden önemli bir sorundur. Bu konuda turizm eğitimi veren şletme yöneticilerine ve kurumlara çeşitli önerilerde bulunulmuştur. Hem firmaların hem de mşşterilerin memnuniyetinin arttırılması için turizmde etiğin dikkate alınması gerekmektedir. Bu çalışmada turizm alanında geçerli olan turizm pazarlaması etiği ve turizm etiği üzerine bir değerlendirme yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm Pazarlaması, Pazarlama Ahlakı, Pazarlama Etiği

JEL Kodları: L80, L83, Z39

Abstract

Ethical and moral evaluations are very important in tourism businesses. In this field, the unethical behavior of the customer is examined and solutions are offered. The most common unethical behaviors of customers in tourism businesses include rude remarks, physical violence, theft, and non-compliance with the rules. In addition to cynicism, the tendency to sell products at higher prices by taking advantage of the goodwill of consumers is also an important problem in terms of ethical consumption. In this regard, various suggestions have been made to business managers and institutions that provide tourism education. Ethics in tourism should be taken into account in order to increase the satisfaction of both companies and customers. In this study, an evaluation of the ethics of tourism marketing and tourism ethics that are valid in the field of tourism is made.

Key Words: Tourism, Tourism Marketing, Marketing Morality, Marketing Ethics

JEL Codes: L80, L83, Z39

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(4) , 456 - 465/ DOI: 10.29106/fesa.1525096

* Dr. ğr. yesi, Hitit Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, hulyacagirankendirli@hitit.edu.tr, orum – Türkiye, ORCID: [0000-0002-1526-0337](https://orcid.org/0000-0002-1526-0337)

1. Introduction

Businesses are economic entities created to generate profit by providing the goods and services needed by consumers. Millions of businesses, large and small, are involved in daily life. Businesses carry out their activities to achieve, for example, profits, survival, entering new markets, developing new products, competing or growing. The basic functions that the business uses to achieve its objectives can be expressed as production, financing, accounting, human resource management and marketing. Marketing is an important business function that contributes to, and should actually direct, the production of goods and services suitable for the company's target markets. Otherwise, it would not be possible to sell the goods and services produced. Among the functions of the business, the marketing function can cause moral problems because it is externally directed and uses greater information and communication power compared to the consumers it deals with. Although marketing works in conjunction with other functions of the company, it is mainly concerned with the production or delivery of goods and services that meet the needs and expectations of the market, pricing, distribution of products, and marketing communication efforts. This situation is called 4p for short in the marketing literature, with its English initials. "Marketing; It is defined as "activities that include institutional arrangements and processes to create, communicate, deliver, and exchange value for customers, stakeholders, and society in general" (American Marketing Association [AMA], 2013).

The notion that companies should behave morally and ethically is not an expectation that exists only today. Over the past half century, the change brought about by technology, which is reflected in all activity processes, and the diversification of moral application areas have further increased the importance of business ethics. In addition, the fact that operational processes increasingly pose threats to the environment and human health has made it necessary for companies not only to act virtuously in matters related to the activities involved in the change process, but also to fulfill their social responsibilities to society (Donaldson, 1982, p.14; Elbæk & Mitkidis, 2023, p.55). Based on this assumption, marketing plays the most important role in the ethical practices of companies. There are two important reasons for this. First, marketing is the gateway of companies to society; and second, it shapes consumer demand (Baker, 2023, p.18; Ottlewski at al., 2024, p.127). Undoubtedly, shaping consumer demand in a way that increases social welfare depends largely on what kind of marketing ethics companies adopt. All these developments have prompted researchers to pay attention to the behavior, morality and ethical conduct of companies in their marketing processes (Carrigan & Attalla,2001, p 575; Çetiner & Tunca, 2022, p. 301). This study highlighted the moral understanding and ethical behavior of companies in their marketing processes and attempted to compile a compilation of them. In this context, an attempt was made to scientifically compile the moral values and ethical behavior of companies.

2. Marketing Morality and Ethical Understanding

Undoubtedly, consumer reactions to corporate behavior on moral issues can vary greatly depending on social, psychological, socio-psychological and personal factors. Regardless of their number, all of these factors can act on individuals in two different ways. First, it conveys an understanding of values; second, it influences the way it reflects the understanding of values. Regardless of the personality structure of individuals, they tend to reflect their own value judgments when appropriate conditions exist (Akyıldız & Marangoz, 2007, p. 83).

The main purpose of marketing is to promote and maintain services and products to meet customer needs. Designing an effective advertising strategy is fundamentally a matter of communication. But in its most basic form, it is marketing communication. Customers communicate their goals, wants, needs and desires through a variety of market research. Marketers communicate with customers through advertising. Marketing ethics should be viewed as a tool that allows marketing decisions to be made within the framework of certain rules, interests and values, without including deception, abuse, theft and fraud in marketing activities. Deception, misinformation, bluffing and manipulation are defined as immoral by many people in daily life (Dündar & Göksel, 2006, p. 125).

The word "morality", which comes from the Arabic root "hulk" and is found in our spoken language, refers to the continuation of human actions without causing harm to social life; it has been used as an equivalent of the word "ethics", which is derived from the words "mos-moralitas" in Latin, "moral-morality" in English and "ethos-ethikos" in Greek (Ülgen and Mirze, 2004, p.440; Doyduk, 2018, p.30).

Although the words morality and ethics, which mean custom, tradition and habit, are often used interchangeably due to their close relationship with each other, it is claimed that these two terms have different meanings. In Turkish literature; while morality is defined as the system of beliefs and ideas of an individual or social class; ethics is defined as the moral philosophy that determines the criteria by which good or bad behavior can be determined (Torlak, 2003, p. 85; Sadioğlu, , p.227).

According to another source, morality is defined as rules and norms aimed at demonstrating behaviors that serve to preserve social order in the relationships of individuals with each other and with the state; ethics is defined as evaluating whether behavior and actions are morally right or wrong from the past to the present, and it is

emphasized that morality represents the object of research of ethics. In other words, in determining right and wrong in terms of morality, cultural values and ideals and how to behave in accordance with them; ethics tries to determine what is meant by these abstract concepts (Kohlberg & Hersh, 1977, p. 53; Ülgen and Mirze, 2003: 442). The most important point of distinction between the concepts of ethics and morality in Turkish literature is; ethics is a moral philosophy that asks questions to determine which of the rules and norms governing moral behavior are right and which are wrong and draws the conclusion that aims to find and understand the truth (Akyıldız & Marangoz, 2007, p. 84, Kızıloğlu & Çelik, 2015, 330).

In other words, the concept of morality is defined as a set of social norms and rules that characterize the concepts of right and wrong in any culture, while ethics is defined as the formalization and codification of these rules (Crane and Desmond, 2003 p.566; Aydın, 2018, p. 4). On the other hand, some authors argue that it is not necessary to distinguish between the words morality and ethics, and that using the word morality only for "morality" limits the meaning of the word moral (Fischer, 2004, p. 393; Arslan, 2005, p.6).

3. Tourism Marketing and Ethics

Tourism products include experiences, cultural heritage and interaction with local communities. Ethical considerations are important when marketing these products. Tourism can have both positive and negative impacts. It is important to balance economic growth with environmental and social responsibility. In terms of ethical marketing, it is extremely important to target based on genuine interests and needs when conducting this activity, rather than exploiting weaknesses. When presenting a tourism product to the consumer, marketers should convey accurate and respectful messages about destinations and avoid exaggeration. When presenting the product to the consumer, it is important to convey to the consumer sensitivity to the natural environment and promote sustainable practices.

There are many definitions of tourism marketing in the literature. According to the definition established at the World Tourism Organization meeting in 1975, Tourism marketing is a management philosophy that aims to research, predict and select the tourism product based on the characteristics of customer demand and in accordance to obtain the maximum profit of a tourism enterprise and to make the decisions to be made in these matters (Kaleli, 2021, p. 232).

According to another definition, tourism marketing is expressed as all activities that implement the management policies of private or public tourism elements at the local, regional, national or international level in a systematic and coordinated manner to meet the needs of identifiable consumer groups best and to obtain the most appropriate profit (Bayram at al, 2021, p.5; Kabak & Sevim, 2024, p. 91). Some views define tourism marketing as the production, pricing, distribution, promotion and implementation of a country and its tourism products in a way that meets the needs, wants, desires and expectations of tourists (Buhalis, 2000, p.99; Lomova at al. , 2016, p.17).

Tourism as an interdisciplinary subject is closely related to many social and natural sciences. In tourism, many issues and problems are related to ethical practices. In the tourism industry, many parties pursue different interests. The socio-cultural, economic and environmental dimensions of tourism can have many complex impacts. All these special situations require an ethical study of tourism. The first steps of the Global Code of Ethics, which aims to guide and ensure the operation of the tourism industry with such delicate balances with a global approach, were taken in Turkey (Aslan and Kozak, 2006, p. 51). The articles of Global Tourism Ethics touch on the following topics as headings. The first article: The contribution of tourism to mutual understanding between people and societies; the second article: The importance of tourism as a means of individual and collective satisfaction; the third article: The importance of sustainability in tourism; the fourth article: The need for tourism to protect cultural heritage; the fifth article: The need for tourism to provide economic and socio-cultural benefits to local communities; the sixth article: the responsibility of investors/companies regarding tourism development; the seventh article: the right of everyone to participate in tourism activities; the eighth article focuses on the freedom of movement of tourists; the ninth article focuses on the rights of workers and entrepreneurs in tourism. The tenth article states that these nine articles should be implemented (Aslan and Kozak, 2006, p. 52).

When we address some of the global ethical principles of tourism, Article 3 of the declaration is notable in terms of understanding environmental protection and, in this context, sustainable tourism and tourism ecology. This article mentions the obligation to protect the natural environment with a view to continuous and sustainable economic growth and to consider future generations' needs in tourism development. It emphasizes the need to promote types of tourism that avoid waste as much as possible by national, regional and local authorities, especially those that prioritize water and energy savings and waste reduction methods. It is stated that tourism should be transformed into a year-round activity to prevent seasonal concentration of tourism. The local economy and tourism sector can benefit more and the natural environment will be less damaged. It is also emphasized that tourism infrastructure and activities should be designed in a way that protects the existing ecosystem, biodiversity and wildlife (Dolmacı & Bulgan, 2013, p. 4859). There is no doubt that those who fulfill duty ethics will also

uphold the honor of their profession. Duty and professional ethics are often intertwined and overlapping (Dündar & Göksel, 2006, p. 125).

3.1.Product in Terms of Marketing Ethics

For every product produced from a marketing point of view, there is criticism, positive or negative, from an ethical point of view, regardless of whether it fulfills its purpose or not. The part that is the subject of criticism is directed at the elements that facilitate marketing activities rather than the content of the product. These are issues such as design, content, packaging, after-sales service, brand, quality and compliance with standards. The most striking issue in this regard is issues related to product safety. Product safety refers to the dimensions that can harm consumers due to the content or additives of the product or the failure to comply with the standards established for the product. The presence of substances harmful to health or the environment in the product itself or in its packaging or the lack of sufficient efforts to minimize the harm is considered a moral issue and marketing is criticized for this situation. Many substances that consumers use knowingly or unknowingly, such as genetically modified organisms, hormone products, glucose syrup instead of sugar and addictive substances, are related to product safety. (Torlak at al. 2018, p.167; Iannuzzi, 2024, p.2017).

Another point that is criticized from a moral point of view is the efforts to extend or shorten the life cycle of products for different purposes. An example of this is not supporting previous phones in terms of software or hardware for a new phone model. Or making small changes to the product image every year without changing the content of the product in order to extend the market life of the product can be cited as an example (Crane and Desmond, 2002, p.567, Möller & Griebhammer, 2024, p.398).

As can be seen from these explanations, marketing activities are the basic activities that ensure that the products and services produced meet the customer face to face. To achieve this function of the establishments, they carry out various activities throughout the process. In this context, they may sometimes deal with unrelated issues. To achieve these purposes, they may offer different options in terms of quality or functionality to different customer portfolios under the same name and model. Information technology products whose place of production and origin is the United States are offered with stronger features to US consumers and marketed weaker in other parts of the world (Grönroos, 2011, p.241; Akin, 2024, p. 8).

Looking again at the ethical issues related to the product, cuts in production (sell-outs) to gain a monopoly position in the market and achieve higher profit margins, unauthorized copying of brands and processes, and brand imitation can be cited as ethical issues related to the product (Roberts, 1999, p.656).

3.2.Price in Terms of Marketing Ethics

The pricing policy of products on the market is perceived as an indicator of the value of the product. One of the games that exploit this perception of consumers is the game of setting the price of the product much higher than similar products for no reason. The aim is to profit from the perception that "the product with the high price is valuable". Or to play on the perception that "I am not rich enough to buy cheap". In this way, the perception that consumers are being deceived also creates serious problems regarding the brands used (Codini at al. 2012, p. 539;Çolak & Koşan, 2021, p. 69; Dilaver & Dilaver, 2022, p. 5).

In sectors where there are few suppliers, it is also possible to carry out a type of cartelization by setting an agreed price. Attempts at cartelization that use price against consumers are illegal and the Competition Authority recognizes such situations and imposes sanctions on companies that resort to this method. In areas where competition is more limited, various pricing games can be played. These games can be considered as stimulating demand by lowering the price or reducing demand by increasing the price. While price can act as a balancing element in the market in many fields of activity, it is seen that in some sectors this is not the case. In particular, in service sectors such as tourism, education and entertainment, price can be used as a tool to ensure equilibrium, since supply cannot be increased in a short period of time. In cases where supply cannot be increased in a short period of time and competition is imperfect, companies may inadvertently increase prices. This situation can lead to negative perceptions of marketing (Levenstein & Suslow, 2006, p.46; Hüschelrath & Veith, 2016, p. 82; Efe, 2023, p. 96).

Pricing is a tool in competition. Consumer demand can be stimulated by setting prices slightly below those of competitors. Small price differences can have small or large effects depending on the price elasticity of demand. Although there is no problem in using price as a weapon of competition, it is seen that this weapon is used to eliminate competitors and then make "exorbitant profits" by selling higher-priced products in an environment without competition (Laffont & Tirole, 1994, p. 1678; Çolak & Koşan, 2021, p. 69; Dilaver & Dilaver, 2022, p.5).

One of the most commonly used games in pricing products is fractional pricing. Price labels ending in 9 attempt to create a low price perception in the minds of consumers for that product by spending just a few cents less than

the next ten or hundred cents. However, in this game, the change after the fraction is not given back to the consumer in cash, or an attempt is made to make up for that fraction by buying a less valuable product. This game is perceived by the consumer as unfair gain (Obigbemi, 2010, p. 231; Başer & Kurtulmuş, 2023, p.23-24).

One of the most commonly used and criticized price games is the game that creates the consumer's perception that the price is first increased and then a discount is given on the increased price. The perception that is formed in the consumer is: "First increase the price enormously, then give an enormous discount. But keep the price above the old price." Although the previous price and the new price are shown on the labels and an expiration date is included, this perception is inevitably formed in the consumer. Prices that are reduced to half or even a quarter of the label price for some products raise doubts in the consumer as to whether the original prices are realistic (Çetiner & Tunca, 2022, p.302; Loots & denBover, 2023, p. 1623).

3.3. Marketing Ethics and Distribution

Distribution is the process of delivering a product from the place of production to the consumer. Storage, supply and logistics are also issues that can be addressed within the framework of distribution. Looking at the issue from a tourism perspective, the logistics activities required to introduce the product to the consumer and deliver it to them can be evaluated in this context. While distribution incurs costs for the company, it provides the consumer with convenient access to the products. Companies can create their own distribution channels or choose to use services through one of the existing distribution channels (Degirmenci at al., 2017, p. 159; Cebeci & Arat, 2022, p.61).

Companies try to find the most efficient number of intermediaries in terms of distribution, thus reducing distribution costs. In trying to achieve these goals, the main problems encountered in the distribution channels are that the products do not reach them safely and fixed commissions drive up the price of the product disproportionately. The idea, repeatedly discussed in public, that the multiple difference between the price of agricultural products in the field and the market price goes to the traders and the middlemen make huge profits is one of the criticisms directed at distribution in marketing (Giaglis at al., 2020, p.233; Pir, 2019, p.34-35).

Selling through unauthorized middlemen is a common practice in regions where companies are not organized as a dealer network. Despite the existence of an authorized middleman in a country, region or city, direct distribution by the producer or the use of different channels are behaviors that can harm the middlemen who handle distribution by assuming risks and can be considered morally problematic (Torlak et al., 2018, p. 168;).

3.4. Marketing Ethics, Communication and Promotion

Marketing communication is a relatively abstract component of the marketing mix, but it is a more active component than others in terms of communicating with consumers. Marketing communication is the totality of coordinated communication activities deliberately carried out by companies to make products more noticeable and easily accepted. Marketing communication is a concept used by companies to create and manage their marketing strategies. This framework, often referred to as the "marketing mix," helps companies develop an effective marketing strategy for their target audience (Omotayo at al., 2011, p. 68; Altunışık et al., 2016, p. 419).

Marketing communication consists of advertising, public relations, sales promotion, personal selling, events and experiences, direct marketing, and word of mouth. These components are strategies that companies use to reach their target audience, promote their products or services, and strengthen customer relationships. Marketing communication helps companies market successfully. Public relations is one of the most important methods that companies can use to communicate with the public (Juska, 2021).

Well-managed public relations can strengthen brand image and increase customer loyalty. Public relations generally seeks to influence the target audience with a positive message that focuses on the company and not on a product. Since the main purpose of public relations activities is to create a positive image of the company or public entity (not sales), it is necessary to act with accurate information. Because in public relations, the subject is neither a person nor a product, but usually the corporate structure. Public relations is based on honesty, even if it means admitting a mistake made by the company. Thus, it tries to create an image that the mistakes are not institutionally supported. In this regard, public relations activities are expected to be consistent with general morals (Vardarı & Arapı, 2017, p. 180; Bob at al., 2020).

Media tools can be used to publicize the messages created in public relations. Personal selling, known as the method that allows one-on-one communication with customers within the marketing communications mix, is the marketing communications method that most involves people. Personal selling aims to realize the sale of the product or service through direct communication with the customer (Toros, 2011, p. 4113).

In places where people are the primary focus, moral issues will always arise. The most common of these issues are exaggeration, lying, selling under pressure, giving false, incomplete or misleading information about expenses,

discrimination between customers and bribery. These are unethical situations that can arise in personal selling. Since personal selling is essentially human, the individual values of the salesperson also have a significant impact on whether or not they behave ethically. Supporting the moral values of salespeople and encouraging ethical behavior, as well as having a control and success evaluation system to reduce unethical behavior, can greatly solve the ethical issues in personal selling (Tian & Keep, 2001, p. 89).

Sales promotions, which aim to build a relationship between the product and the customer and increase sales by inducing consumers to make sudden purchasing decisions, are also one of the methods of marketing communication. Sales promotions are; methods used to persuade customers to buy products. For example, sales promotions that can occur in applications such as product distributions, sales of multiple products, additional discounts for those who buy the second product, sweepstakes, special offers or gift promotions can be observed to dissuade consumers from making healthy choices (Toros, 2011, p. 4113).

Some of the sales promotions are aimed at intermediaries. For example, a manufacturer may give gifts to the retailer in order to take up more space on the retailer's shelves. Criticisms such as the way the gifts are used, whether the product the consumer is encouraged to buy with these gifts is really the product the consumer wants to buy are directed at the marketing communication regarding sales promotion (Yıldız, 2024).

Direct marketing (direct selling); aims to reach customers through channels such as direct mail, email or telephone. In direct selling; ethical issues such as unsafe products, misleading practices, failure to keep promises and post-sale issues are often observed to arise. Although the legal regulations regarding direct selling have significantly protected the consumer in this regard, complaints still exist in this area (Güneş & Şekerdil, 2024, p. 14-15).

Social media communication is a process that enables effective communication by determining the right keywords on social platforms, reaching the target audience and understanding the data reached. It involves reaching a wide audience and engaging with their followers through digital platforms where brands and individuals can share content, interact and exchange information. Social media managers create content strategies, produce content, engage with followers and conduct performance analysis. This helps them increase brand awareness, achieve targeted results and communicate effectively with followers. For effective social media communication, it is important to consider factors such as content management, analytics and follower interaction (Yuniarti et al. 2024, p. 2).

Advertising; aim to inform the customer about the product or service. This is used to highlight the features, benefits and uses of the product. The most common communication method that consumers come into contact with in the marketing communications mix is advertising. Advertising is the general term for communication activities aimed at promoting a company or product through a medium. Every day, attempts are made to reach consumers through thousands of advertisements published through channels such as television, newspapers, radio, outdoor advertising, magazines, the Internet and social media (Vakratsas & Ambler, 1999, p. 29; Basev, 2024, p. 21).

As is well known, the main purposes of marketing communication are to inform, remind and persuade. The fact that it is done through the media and is subject to intense competition can lead to encountering unethical situations more frequently in advertisements used as one of the marketing communication tools. Therefore, marketing communication and especially advertisements are subject to greater moral criticism. Advertisements are a component of marketing communication (advertising) that we encounter in our daily lives, even if we don't want to, and that we cannot ignore. Advertising is a method of marketing communication that we are exposed to from the moment we wake up in the morning until we go to sleep at night. Some of it we see with laughter, some of it annoys us, both because of the quality and quantity, and sometimes we react to it, but most of the time we cannot remain indifferent (Duncan & Moriarty, 1998, p. 6; Pir, 2019, p.34-35).

Advertising ethics can be defined as follows: "Advertising actors select the set of principles they must adhere to when preparing and presenting advertisements and act accordingly." Advertising ethics include using legitimate ways and methods (not abusing opportunities) in the preparation phase and not exploiting the consumer in the presentation phase. Exploiting the consumer means taking advantage of the consumer's weaknesses for economic gain. It is not uncommon to prevent consumers from making free choices by creating misleading, deceptive, exaggerated messages in the presentation of the advertised goods or services, by exploiting the audience's weaknesses and by publishing advertising messages that run counter to the generally accepted moral principles of society in order to attract more attention than other advertisements. Criticism of "immoral content of advertising" is voiced in society on a daily basis (Özdemir & Yaman, 2015, p. 49; Basev, 2024, p. 21).

Advertising agencies defend themselves by saying, "Yes, it is immoral, but consumers watch these more." In the emerging picture, it is observed that advertising messages that cross moral boundaries more are increasing and the severity of immorality is increasing. Events and Experiences (Experiential Marketing); Events, trade shows or experiences are organized to increase customer interaction ((Torlak et al. 2018, p.168).

Experiential marketing is a process that allows brands to connect with customers. This type of marketing is achieved through experiences such as pop-up stores, art events, etc. It usually involves face-to-face interaction, but can also include digital components. Experiential marketing increases brand equity and creates unforgettable memories for the target audience. Experiential marketing ranges from pop-up stores to virtual events, from celebrity partnerships to a variety of activities, from interactive to interactive. Word of mouth marketing is a marketing strategy in which customers directly recommend a product or service to each other. This method is used to increase customer satisfaction, build brand loyalty and acquire new customers. If we look at the characteristics of word of mouth marketing, (Kilgour at al., 2015, p. 327-328; Kumar, 2024, p. 215; Yuniarti at al. 2024, p. 2);

- Satisfied customers recommend the product or service to their circle, so it is important to improve the customer experience.

- Social media and other communication channels make it easier for customers to interact with each other, which supports word-of-mouth marketing. - Companies can offer incentives to existing customers to attract new customers, such as discounts or rewards.

- A high-quality product or service makes customers more likely to recommend it to others.

- Customers share their positive experiences with the product or service, which helps spread word-of-mouth and can thus contribute to marketing. Word-of-mouth marketing is based on credibility and personal connections and is an important marketing strategy for companies.

4. Result and Evaluation

The most common phenomenon in tourism marketing is misleading advertising. Misleading advertising is the presentation of non-existent information about products or services. Another phenomenon is the problem of fees that are not clearly announced in advance, but are disclosed during the payment phase for the service. Or we are faced with the situation that fees that have nothing to do with the service received are somehow included in the price. These fees may be hidden in the products in some way. In particular, in the process of providing tourism-related services, customers' personal information is naturally collected. Tourism companies can also benefit from the use of personal information in various ways. For this purpose, companies allow the use of their customers' personal information by other institutions and individuals. Or they sell this information to third parties for a certain fee. The practices described in the paragraph are very common cases that consumers face. The occurrence of these cases causes consumers to lose their trust in companies.

Tourism companies can create manipulative advertisements to influence children. Manipulative advertisements can be created not only for children, but also for adults. This type of advertising generally tries to reach consumers with fake or misleading content. In this context, it particularly addresses issues that have nothing to do with the essence of the content presented. For example, fuel companies generally use natural green and blue in their advertising and claim that they have the least impact on the environment. Or they may present consumers with legally inappropriate advertising information, for example, by denigrating their competitors to highlight their own products, consciously or unconsciously. These practices also damage consumer trust in companies.

From time to time, tourism companies may also consciously or unconsciously exploit consumers' weaknesses. This situation can sometimes cause negative emotional reactions and prevent demand for companies. Companies generally emphasize statements about social sensitivity in such advertising information and sometimes do not underline these statements. As a result of such a process, consumers may have very serious emotional reactions to the relevant company. Similar to this content, companies may sometimes spread lies about sustainability in the context of social responsibility. If the opposite of this situation occurs, a serious crisis of trust and emotional reaction towards the company can occur. From time to time, consumer reactions to such events can even go as far as systematic boycotts. As part of these boycotts, consumers can launch campaigns on social media platforms and voice severe criticism of the companies in question. Consumers can also take legal action, especially in misleading and manipulative information cases. These processes can sometimes cause serious material and moral losses to companies. The impact of such processes can be even more devastating, especially for tourism companies. Today, both social media tools and information disseminated via the Internet better inform consumers and raise awareness. While this increases trust in ethical and moral companies, it negatively impacts companies that act in the opposite direction. As in any field of activity, acting ethically and morally is important for tourism companies too. It has become even more important for tourism companies in the global world. Companies need this to be sustainable

and survive. In a world that is becoming globalized through communication tools, even the smallest negative news can become an avalanche for tourism companies.

References

- Akin, M. S. (2024). Enhancing E-Commerce Competitiveness: A Comprehensive Analysis Of Customer Experiences And Strategies In The Turkish Market. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 10(1), 100222. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100222>
- Akyıldız, M., & Marangoz, M. (2007). Pazarlama Etiğine Gösterilen Tepkiler Ve Tüketici Ahlak Anlayışıyla İlişkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), 81-101. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/307629>
- Altunışık, R., Özdemir, Ş., & Torlak, Ö. (2016). *Pazarlama İlkeleri Ve Yönetimi* (2. Baskı B.). İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Arslan, M., (2005), *İş Ve Meslek Ahlakı*, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Aslan, A., & Kozak, M. (2006). Turizmde Gelişme Ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Academic Review*, 6(1), 49-61. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/556916>
- Ay, C., & AYTEKİN, P. (2005). Reklamda Etik. *Öneri Dergisi*, 6(24), 45-60. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.680745>
- Aydin, A. (2018). Making Sense Of Darwin Through Lenses Of Dewey. *Muhakeme Dergisi*, 1(1), 1-9. <https://doi.org/10.33817/muhakeme.401183>
- Baker, S. (2003). *New Consumer Marketing: Managing A Living Demand System*. John Wiley & Sons.
- Başer, G., & Kurtuluş, K. (2023). Implementing Marketing Strategies For A Niche Business: Case Of Talya Herbal Products. *Sosyal Araştırmalar Ve Yönetim Dergisi*, (1), 20-26. <https://doi.org/10.35375/sayod.1180779>
- Basev, S. E. (2024). Augmented Reality Advertisements Within The Realm Of Phygital Marketing: Case Studies Of Advertising Examples. *International Journal Of Management And Administration*, 8(15), 20-28. <https://doi.org/10.29064/ijma.1436709>
- Bayram, A., Şener, H. Y., & Taşkın, E. (2021). Determination Of Marketing Communication Strategies Of Hotels Using Renewable Energy. *Journal Of Research In Business*, 6(1), 1-25. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jrb/issue/62838/838956>
- Bob, F., Jumadil, S., & Marlana, G. (2020). Communication Strategy Planning In Influencing The İntention To Visit: An İmplication To Marketing Management. *Polish Journal Of Management Studies*, 22(1), 117-133.
- Buhalis, D. (2000). Marketing The Competitive Destination Of The Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Carrigan, M., & Attalla, A. (2001). The Myth Of The Ethical Consumer–Do Ethics Matter In Purchase Behaviour?. *Journal Of Consumer Marketing*, 18(7), 560-578. <https://doi.org/10.1108/07363760110410263>
- Cebeci, U., & Arat, E. (2022). Establishing Agri And Food Supply Chain Provenance Based On Blockchain: Literature Review. *Avrupa Bilim Ve Teknoloji Dergisi*, (37), 59-64. <https://doi.org/10.31590/ejosat.1131779>
- Çetiner, M., & Tunca, M. Z. (2022). A Literature Review On Sustainable Fashion Marketing. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 391-315. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sduibfd/issue/69757/1098315>
- Codini, A., Saccani, N., & Sicco, A. (2012). The Relationship Between Customer Value And Pricing Strategies: An Empirical Test. *Journal Of Product & Brand Management*, 21(7), 538-546. <https://doi.org/10.1108/10610421211276321>
- Çolak, O., & Koşan, L. (2021). Price Sensitivity Measurement: A Yield Management Approach. *Istanbul Business Research*, 50(1), 47-76. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ibr/issue/64325/976592>
- Crane, A. & Desmond, J., (2002). Societal Marketing And Morality, *European Journal Of Marketing*, 36(5/6), 548–569. <https://doi.org/10.1108/03090560210423014>
- Degirmenci, İ. T., Karayun, İ., & Akyıldırım, O. O. (2017). Cold Chain Logistics For Frozen Food At Tourism Destinations. *Journal Of Management Marketing And Logistics*, 4(2), 159-167. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2017.460>

- Dilaver, H., & Dilaver, F. K. (2022). Price Analysis In Agriculture. *Palandöken Journal Of Animal Sciences Technology And Economics*, 1(2), 1-13. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Paste/Issue/72183/1162502>
- Dolmacı, N. & Bulgan, G. (2013). Turizm Etiği Kapsamında Çevresel Duyarlılık. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 8(29), 4853-4871. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Download/Article-File/179382>
- Donaldson, T. (1982). *Corporations And Morality*. Englewood Cliffs, Nj: Prentice-Hall.
- Doyduk, H. B. B. (2018). Business Ethics, Marketing Ethics, Consumer Ethics, Sustainable Consumption And Corporate Social Responsibility In Turkey. In *Marketing Management In Turkey* (Pp. 29-47). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78714-557-320181004>
- Duncan, T., & Moriarty, S. E. (1998). A Communication-Based Marketing Model For Managing Relationships. *Journal Of Marketing*, 62(2), 1-13. <https://doi.org/10.1177/002224299806200201>
- Dündar, S., & Göksel, T. (2006). Reklamların Pazarlama Etiği Ve Sosyal Sorumluluk Bilincine Göre Değerlendirilmesi: Ampirik Bir Çalışma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 123-141. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Download/Article-File/19061>
- Efe, A. (2023). Rekabet Açısından Yenilikçi Ekonomiler: Türk Ekosistemi Üzerine Bir Değerlendirme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 7(13), 87-107. <https://doi.org/10.55830/Tje.1252743>
- Elbæk, C. T., & Mitkidis, P. (2023). Evidence Of Ethics And Misconduct In A Multinational Corporation: Motives For Growth Of Corrupt Environments In Today's Business World. *International Journal Of Business Governance And Ethics*, 17(1), 50-78. <https://doi.org/10.1504/Ijbg.2023.127469>
- Fischer, J. (2004). Social Responsibility And Ethics: Clarifying The Concepts. *Journal Of Business Ethics*, 52, 381-390. <https://doi.org/10.1007/S10551-004-2545-Y>
- Giaglis, G. M., Klein, S., & O'keefe, R. M. (2002). The Role Of Intermediaries İn Electronic Marketplaces: Developing A Contingency Model. *Information Systems Journal*, 12(3), 231-246. <https://doi.org/10.1046/J.1365-2575.2002.00123.X>
- Grönroos, C. (2011). A Service Perspective On Business Relationships: The Value Creation, Interaction And Marketing Interface. *Industrial Marketing Management*, 40(2), 240-247. <https://doi.org/10.1016/J.Indmarman.2010.06.036>
- Güneş, E., & Şekerdil, R. (2024). Overcoming Challenges İn Entrepreneurial And Innovative Endeavors. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 19(1), 1-11. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Girkal/İssue/86192/1450582>
- Hüschelrath, K., & Veith, T. (2016). Cartelization, Cartel Breakdown, And Price Behavior: Evidence From The German Cement Industry. *Journal Of Industry, Competition And Trade*, 16(1), 81-100. Doi 10.1007/S10842-015-0204-X
- Iannuzzi, A. (2024). *Greener Products: The Making And Marketing Of Sustainable Brands*. Crc Press.
- Kabak, S., & Sevim, E. (2024). An Expanded Marketing Mix Perspective On Medical Tourism. *International Journal Of Health Management And Tourism*, 9(1), 90-110. Doi Number: 10.31201/Ijhmt.1437455
- Kaleli, S. (2021). Turizm Pazarlaması Kapsamında Bir Kültür Turizmi Etkinliği: Kakava Şenlikleri Ve Şenliklerin Şehre Katkısı. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 13(2), 230-258. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Download/Article-File/2096346>
- Kilgour, M., Sasser, S. L., & Larke, R. (2015). The Social Media Transformation Process: Curating Content İnto Strategy. *Corporate Communications: An International Journal*, 20(3), 326-343. <https://doi.org/10.1108/Ccjj-07-2014-0046>
- Kızıloğlu, E., & Çelik, A. (2015). Whistleblowing Behavior In Organizations And Work Morality Interaction. *International Journal Of Social Sciences And Education Research*, 1(2), 329-341. <https://doi.org/10.24289/Ijsser.106419>
- Kohlberg, L., & Hersh, R. H. (1977). Moral Development: A Review Of The Theory. *Theory Into Practice*, 16(2), 53-59. <https://doi.org/10.1080/00405847709542675>
- Kumar, S. (2024). The Role Of Digital Marketing On Customer Engagement İn The Hospitality Industry. In *Leveraging Chatgpt And Artificial Intelligence For Effective Customer Engagement* (Pp. 177-191). Iğı Global.
- Laffont, J. J., & Tirole, J. (1994). Access Pricing And Competition. *European Economic Review*, 38(9), 1673-1710. [https://doi.org/10.1016/0014-2921\(94\)90046-9](https://doi.org/10.1016/0014-2921(94)90046-9)

- Levenstein, M. C., & Suslow, V. Y. (2006). What Determines Cartel Success?. *Journal Of Economic Literature*, 44(1), 43-95. Doi: 10.1257/002205106776162681
- Lomova, L. A., Shiryaev, D. V., Kobersy, I. S., Borisova, A. A., & Shkurkin, D. V. (2016). Marketing Techniques In Management Of Enterprises Engaged In Tourism. *International Review Of Management And Marketing*, 6(6), 15-20. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Download/Article-File/367271>
- Loots, T., & Denboer, A. V. (2023). Data-Driven Collusion And Competition In A Pricing Duopoly With Multinomial Logit Demand. *Production And Operations Management*, 32(4), 1169-1186. <https://doi.org/10.1111/Poms.13919>
- Möller, M., & Griebhammer, R. (2024). Streamlined Benefit Analysis Of Products Based On The Sustainable Development Goals: Integrating The Voice Of Society Into Life Cycle Sustainability Assessment. *Journal Of Industrial Ecology*.28 (3), Pp. 397-409. <https://doi.org/10.1111/Jiec.13464>
- Obigbemi, I. (2010). The Role Of Competition On The Pricing Decision Of An Organisation And The Attainment Of The Organisational Objective. *Annals Of The University Of Petrosani Economics*, 10(1).
- Omotayo, O., Abolaji, J. A., & Adewale, O. A. (2011). Sales Promotion And Consumer Loyalty: A Study Of Nigerian Tecommunication Industry. *Journal Of Competitiveness*, 3(4). <https://doi.org/10.4324/9780367443382>
- Ottlewski, L., Rokka, J., & Schouten, J. W. (2024). How Consumer-Initiated Platforms Shape Family And Consumption. *Marketing Theory*, 24(1), 123-151. <https://doi.org/10.1177/14705931231201780>
- Özdemir, Ş., & Yaman, F. (2015). *Türkiye'de Reklam Ahlakı: Sorunlar Ve Çözüm Önerileri*. İstanbul: İlke İgiad Yayınları.
- Pir, E. Ö. (2019). The Unofficial Weapon Of Marketing Communication: Gerilla Marketing. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 33-43. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Ebyuibfdergi/Issue/46597/581971>
- Roberts, P. W. (1999). Product Innovation, Product–Market Competition And Persistent Profitability In The Us Pharmaceutical Industry. *Strategic Management Journal*, 20(7), 655-670. [https://doi.org/10.1002/\(Sici\)1097-0266\(199907\)20:7<655::Aid-Smj44>3.0.Co;2-P](https://doi.org/10.1002/(Sici)1097-0266(199907)20:7<655::Aid-Smj44>3.0.Co;2-P)
- Sadioğlu, N. Ç., (2012). The Assessment Of The Learning Activities And Ethics Concepts In Terms Of Literature. *İib International Refereed Academic Social Sciences Journal, Spring April-May-June 2012 Volume:03 Issue:04, Pp. 226-244.*
- Tian, K. T., & Keep, B. (2001). *Customer Fraud And Business Responses: Let The Marketer Beware*. Bloomsbury Publishing Usa.
- Torlak, Ö., (2003). *Pazarlama Ahlakı: Sosyal Sorumluluk Ekseninde Pazarlama Kararları Ve Tüketici Davranışlarının Analizi*, (3. Baskı), İstanbul: Beta Yayınları.
- Torlak, Ö., Özdemir, Ş., & Yaman, F. (2018). Pazarlama Ve Reklam Ahlakı. *Temelleri Ve Uygulamalarıyla İş Ahlakı*, Ed: Nihat Erdoğan, Ömer Torlak, Kübra Bilgin Tiryaki, İstanbul: İgiad Yayınları, Pp. 164-197.
- Toros, N. U. K. N. (2011). Viral Marketing Tecniques Within Online Social Network. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 6(24). <https://Dergipark.Org.Tr/En/Download/Article-File/179344>
- Ülgen, H. & Mirze, S.K., (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Vakratsas, D., & Ambler, T. (1999). How Advertising Works: What Do We Really Know?. *Journal Of Marketing*, 63(1), 26-43. <https://doi.org/10.1177/002224299906300103>
- Vardarı, L., & Arapı, D. (2017). Experimental Marketing In Hotel Operations. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 177-192. <http://Busbed.Bingol.Edu.Tr/En/Download/Article-File/389529>
- Yıldız, S. Y. (2024). Leveraging The Power Of Gamification In Consumer Decision Making: Hedonism Vs. Utilitarianism. *Journal Of Marketing & Marketing Research/Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 17(1). Doi: 10.15659/Ppad.17.1.1276595
- Yuniarti, Y., Aziz, M., & Gani, H. A. (2024). The Impact Of Creative Content On Digital Marketing Effectiveness: A Comprehensive Analysis. *Valley International Journal Digital Library*, 6179-6193. Doi: 10.18535/Ijsrm/V12i03.Em19