
FAALİYET GİDERLERİNİN FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: BORSA İSTANBUL TEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

S. Öznur SAKINÇ*

Öz

İşletmelerin mali tablolarında çeşitli gider kalemleri bulunmaktadır. Bu giderler içinde faaliyet giderleri işletmelerin üretim giderlerinden sonra en çok fon ayırmak zorunda oldukları harcamalardır. Faaliyet giderleri işletmelerin araştırma- geliştirme giderleri, genel yönetim giderleri, genel üretim giderleri, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri gibi satılmaya hazır olan ürünün geliştirilmesi ve müşteriye ulaştırma anına kadar yapılan harcamalar gibi giderleri kapsamaktadır. Bu giderler işletmenin hem pazarlama kabiliyetinin hem de pazar payının artırılmasında önemli rol oynamaktadır. Böylece işletmelerin rekabet gücü artacağından karlılıkları da olumlu etkilenecektir. Özellikle sürekli gelişen teknoloji çağında bu giderler teknoloji sektöründe çok daha önemli bir konumdadır. Bu çalışmanın amacı firmaların yapmış oldukları faaliyet giderlerinin firma performansına etkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Borsa İstanbul Teknoloji Sektöründe faaliyet gösteren sekiz firmanın 2011-2018 yılları arasındaki sekiz yıllık verileri dinamik panel veri analizi yöntemi ile incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre faaliyet giderlerinden Araştırma ve Geliştirme Giderleri ile Genel Yönetim Giderleri firmanın performansını artırırken, Pazarlama Satış ve Dağıtım giderlerinin istatistiksel olarak firma performansına anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Faaliyet Giderleri, Teknoloji Sektörü, BİST, Firma Performansı, Dinamik Panel Veri Analizi

* Dr. Öğr. Üyesi, Hitit üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, İşletme Programı. oznursakinc@gmail.com, Orcid No: 0000-0002-0806-3263

Makale Gönderilme Tarihi: 27 Temmuz 2020 Makale Kabul Tarihi: 9 Eylül 2020

Makale Türü: Araştırma Makalesi

THE EFFECT OF OPERATING EXPENSES ON COMPANY PERFORMANCE: AN APPLICATION IN BORSA ISTANBUL TECHNOLOGY SECTOR

S. Öznur SAKINÇ

Abstract

There are various expense items in the financial statements of the companies. Among these expenses, operating expenses are the expenses that businesses have to allocate the most funds after production expenses. Operating expenses include expenses such as research-development expenses of enterprises, general administrative expenses, general production expenses, marketing, sales and distribution expenses such as development of the ready-to-sell product and expenses made to the customer. These expenses play an important role in increasing both the marketing capability and market share of the business. Thus, since the competitiveness of the enterprises will increase, their profitability will be positively affected. Especially in the constantly developing technology age, these expenses are in a much more important position in the technology sector. The aim of this study is to reveal the effect of the operating expenses of the firms on the firm performance. For this purpose, eight year data of eight companies operating in Borsa Istanbul Technology Sector between 2011 and 2018 were analyzed with dynamic panel data analysis method. According to the results, Research and Development Expenses and General Management Expenses increase the performance of the firm while marketing sales and distribution expenses do not have a significant effect on the firm performance.

Keywords: Operating Expenses, Technology Sector, BIST, Firm Performance, Dynamic Panel Data Analysis

Giriş

İşletmelerin piyasada varlıklarını devam ettirebilmek için ellerindeki en önemli güçleri rekabet edebilir olmalarıdır. Rekabet gücü yüksek firmalar ancak piyasadaki paylarını artırabilir ve yaşam seyirlerine devam edebilir. Rekabet gücünün artması her sektörde olduğu gibi teknoloji sektöründe de büyük önem taşımaktadır. Günümüzde giderek önemi artan ve sürekli yenilenen teknoloji sektöründe Araştırma-Geliştirme, Pazarlama ve Genel Yönetim giderlerini kapsayan faaliyet giderleri diğer sektörlerle nazaran daha önemli bir hale gelmektedir.

Faaliyet giderleri üretim giderlerine eklenemeyen ama işletmenin asıl faaliyetleri ile ilgili olan giderlerdir. Bu başlık altında yer alan Araştırma-Geliştirme Giderleri, yeni üretim biçimleri ve teknolojilerinin bulunabilmesi için yapılan giderlerdir. Bu sayede işletmeler üretim maliyetlerini düşürebilir ve Pazar payını artırabilir (Sevilengül,2011). Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri üretilen mal veya hizmetin üretim sürecinden müşteriye satıldığı zamana kadar yapılan faaliyetleri kapsamaktadır. Üretilen ürün kadar müşterinin dikkatini çekerek satış yapılması da işletmenin satış hacminin artmasında büyük önem taşımaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2003:186). Yönetici maaşları, temsil giderleri, danışman giderleri ile kırtasiye ve büro giderleri Genel Yönetim Giderlerini oluşturmaktadır (Akgüç, 2006:98).

Maliyetlerin düşürülmesi, yeni teknolojilerin bulunup pazarda bu yeniklerle kendilerine daha fazla yer açabilmeleri gibi avantajlar Teknoloji sektörü için önemli bir konulardır. Teknoloji sektörü diğer sektörlerden daha hızlı gelişen ve yenilenen bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle bu gider grubu daha önemli hale gelmiştir. Teknoloji ile insanların ihtiyaçlarının giderilmesi için gerekli tüm araç ve hizmetler üretilebilmektedir. Teknoloji sektörü yazılım, otomotiv, telekomünikasyon, bilgisayar sistemleri gibi şirketlerden oluşmaktadır (KAP,2019).

Bu çalışmada faaliyet giderlerinin firma karlılığına etkisi incelenmiştir. Literatür incelendiğinde faaliyet giderlerini (Araştırma ve Geliştirme, Pazarlama Satış ve Dağıtım ile Genel Yönetim Giderlerini) birlikte ele alan çalışma sayısı sınırlıdır. Araştırmalarımız sonucunda, Koçan ve Gerekan (2017) faaliyet gider türlerinin marka değeri üzerine etkisini, Kayıhan ve Tepeli (2017), Tuna ve Yıldız (2016) ile Çiftçi (2014) ise firma karlılığı ile ilişkisini incelemişlerdir. Özellikle yerli literatürde bu dört çalışmanın dışında faaliyet giderlerinin birlikte işletme performans ölçütleriyle olan ilişkisini inceleyen çalışmalara rastlanmamıştır.

Yukarıdaki çalışmaların dışında literatürde faaliyet giderlerinin firma performansına olan etkisi ayrı ayrı olarak ele alındığı görülmektedir. En çok incelenen faaliyet gideri Ar-Ge gideridir. Ar-Ge faaliyetleri ile inovatif gelişimin firma performansına yansımalarının pozitif olacağı beklentisi hakim görüştür. İkinci sırada incelenen faaliyet gideri ise Pazarlama, Satış ve Dağıtım gideridir. Bu gider içerisinde özellikle reklam giderlerinin firma performansına etkisi araştırmacıların merak konusu olmuştur. Ar-Ge giderleri ve Pazarlama Giderleri ile ilgili literatür aşağıda Tablo 1’de gösterilmiştir. Üçüncü sırada ve diğer faaliyet giderlerine göre oldukça az sayıda incelenen faaliyet gideri ise genel yönetim gideridir. Türkiye’de yapılan çalışmalar içerisinde sadece Öztürk ve Dülgeroğlu (2016) Genel Yönetim Giderinin firma performansına etkisini incelemiştir. Bu çalışmada

sadece Genel Yönetim Giderinin değil aynı zamanda Pazarlama Giderinin de etkisini araştırılmıştır.

Tablo 1. Ar-Ge ve Pazarlama Giderleri ile ilgili Literatür Özeti Tablosu

Yazar/Yazarlar	Faaliyet Gider Türü	Yer	Performans Kriteri	Sonuç
Hamilton (1976)	Pazarlama Giderleri	ABD	Satışlar	Negatif
Griliches (1981)	Ar-Ge	ABD	Piyasa Değeri	Pozitif
Baltagi ve Levin (1986)	Pazarlama Giderleri	ABD	Satışlar	Negatif
Sougiannis (1994)	Ar-Ge	ABD	Hisse Senedi Getirileri ve Firma Karlılığı	Pozitif
Geroski ve Toker (1996)	Ar-Ge	İngiltere	Satışların Büyümesi	Pozitif
Duffy (1999)	Pazarlama Giderleri	İngiltere	Satışlar	İlişki Yok
Han ve Manry (2004)	Pazarlama Giderleri	G.Kore	Firma Değeri	Negatif
Öztürk (2008)	Ar-Ge	Türkiye	Piyasa Değeri	Pozitif
Kocamış ve Güngör (2014)	Ar-Ge	Türkiye	Karlılık	Pozitif
Doğan ve Mecek (2015)	Pazarlama Giderleri	Türkiye	Firma Değeri	Pozitif
Demirgüneş ve Üçler (2016)	Ar-Ge	Türkiye	Satışların Büyümesi	İlişki Yok
Özer ve Gülençer (2019)	Ar-Ge ve Pazarlama Gideri	Türkiye	Hisse Senedi Değeri	Pozitif

Uygulama

1.1. Veri Seti Ve Metodoloji

Bu çalışmada Borsa İstanbul (BİST) teknoloji endeksinde (XUTEK) yer alan sekiz işletmenin sekiz yıllık (2011-2018 yılları) verisi kullanılmıştır. Veriler Kamuoyu Aydınlatma Platformu'ndan elde edilmiştir. BIST Teknoloji endeksinde yer alan tüm firmaların (16 adet) faaliyet giderlerinden "Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri" ile "Genel Yönetim Giderleri" verileri tamdır. Ancak sekiz firmanın Araştırma ve Geliştirme Giderleri ya tüm yıllarda ya da bazı yıllarda sıfırdır.

Çalışmada firma karlılığına faaliyet giderlerinin etkisini bulmak için kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler literatürle paralellik arz etmekte olup aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2. Modelde Kullanılan Değişkenler ve Açıklamaları

Değişkenler	Açıklaması	Sembol
Bağımlı Değişken		
Firma Karlılığı	Firmanın Faaliyet Karının logaritması	LNFKAR
Bağımsız Değişkenler		
Araştırma Geliştirme Giderleri	Araştırma Geliştirme Giderlerinin logaritması	LNARGE
Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri	Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderlerinin logaritması	LNPAŞAT
Genel Yönetim Giderleri	Genel Yönetim Giderlerinin logaritması	LNGYG

Çalışmada yöntem olarak dinamik panel veri analizi kullanılmıştır. Dinamik panel veri analizinin kullanılmasının ana nedeni bağımlı değişken olarak kullanılan değişkenin geçmiş dönem etkisinin de modelde bağımsız değişken olarak dikkate alınmasıdır. İktisadi meselelerde ele alınan dönemdeki mevcut durum genellikle geçmiş dönemin etkisi altındadır. Özellikle finansal tablolardan oluşturulan değişkenler arasındaki etkileşim incelenirken geçmiş dönem gecikmeli değeri bağımsız değişken olarak modelde kullanılması önem arz etmektedir (Tatoğlu, 2018:85). Bu çalışmada da firmanın mevcut faaliyet karının önceki dönem faaliyet karından etkilenme olasılığının olmasından dolayı dinamik panel veri analizi yöntem olarak seçilmiştir. Dinamik panel veri analizinde farklı modeller mevcuttur. Bu modeller içerisinde yaygın olarak kullanılan yöntem Arellano ve Bond (1991) tarafından geliştirilen Fark Genelleştirilmiş Momentler (FMM) Tahmincisidir. Bu yöntemin sıklıkla kullanılmasının nedeni birinci farklar hata terimlerinin genellikle negatif otokorelasyona sahip olmasıdır. Dolayısıyla, bu duruma çözüm olarak Arellano ve Bond GMM tahmincisi kullanılmalıdır. Ayrıca bu yöntemin statik panel veri analizinden ayıran en önemli farkı model tahminleri değişkenlerinin birim kök içerip içermediğinin araştırılmamasıdır. Bunun nedeni ise Dinamik Panel GMM tahmincilerinin fark işlemine dayanmasıdır. Tahmincilerin farkının alınması durağanlık sorununu ortadan kaldırmaktadır (Falvey ve diğerleri, 2002:651) (Garin – Mun, 2006:281) (Han ve diğerleri, 2016:155).

Arellano ve Bond (1991) GMM yönteminin ortaya koyduğu tahminlerin geçerli olabilmesinin yolu iki aşamayı geçmesine bağlıdır. Birinci aşama

kullanılan araç değişkenlerinin asıl değişkenleri tam yansıtması ve doğru kullanılmasıdır. İkinci aşama ise birinci fark eşitliğinin hata terimleri arasında otokorelasyonun olmamasıdır. Birinci aşama için sargan testinin yapılması gerekmektedir ancak robust standart hata terimleri kullanıldığında sargan testini yapmaya gerek yoktur. İkinci aşama için otokorelasyon testi yapılmalıdır. Test sonucunda ikinci dereceden otokorelasyon çıkmaz ise model geçerlidir. Nihai aşamada ise kurulan modelin tamamının geçerli olup olmadığına Wald Testi aracılığıyla bakılmaktadır. Şayet Wald Testi anlamlı ise bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenini açıklama gücüne sahip olduğu sonucuna varılır.

Çalışmada teknoloji sektöründe yer alan firmaların faaliyet giderlerinin birbirlerinden bağımsız olarak firma karlılığına etkisini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda üç alternatif hipotez ve bu hipotezler bağlamında üç model kurulmuştur.

Bunlar:

Hipotez 1: Faaliyet giderlerinden Araştırma ve Geliştirme Giderlerinin firma karlılığına pozitif yönde etkisi vardır.

$$\text{Model 1: } LNF\text{KAR}_{it} = \beta_0 + \beta_1 LNF\text{KAR}_{it-1} + \beta_3 LN\text{ARGE}_{it} + u_i + v_{it}$$

Hipotez 2: Faaliyet giderlerinden Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderlerinin firma karlılığına pozitif yönde etkisi vardır.

$$\text{Model 2: } LNF\text{KAR}_{it} = \beta_0 + \beta_1 LNF\text{KAR}_{it-1} + \beta_3 LNP\text{ASAT}_{it} + u_i + v_{it}$$

Hipotez 3: Faaliyet giderlerinden Genel Yönetim Giderlerinin firma karlılığına pozitif yönde etkisi vardır.

$$\text{Model 3: } LNF\text{KAR}_{it} = \beta_0 + \beta_1 LNF\text{KAR}_{it-1} + \beta_3 LNG\text{YG}_{it} + u_i + v_{it}$$

1.2. Bulgular

Dinamik panel veri analizinin sonuçlarına geçmeden önce çalışmada kullanılan BİST Teknoloji endeksinde yer alan şirketlere ait verilerin tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmıştır. Sonuçlar aşağıdaki Tabloda 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Hata	Minimum	Maximum
LNFKAR	50	16.4511	2.1848	9.4795	20.8828
LNARGE	64	6.5720	0.8454	4.8561	8.0085
LNPASAT	64	6.8634	0.6495	5.6820	8.2159
LNGYG	64	6.9089	0.6155	5.7375	8.2494

Modellerden elde edilen sonuçlar yorumlanmadan önce genel olarak modellerin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı test edilmelidir. Bunun için Dinamik Panel Veri GMM yönteminde Wald Testi yapılır. Her üç modelin Wald Testleri istatistiksel olarak %1 seviyesinde anlamlıdır. Dolayısıyla modeller geçerlidir. Bununla birlikte modellerde birinci farkı alınmış hata terimlerinin otokorelasyon sınanması yapılmalıdır. Bunun için Arellano – Bond testi geliştirilmiştir. Arellano Bond Testinin sıfır (null) hipotezi kalıntılarda “otokorelasyon yoktur” şeklindedir. Tahmincilerin etkin olabilmesi için kalıntılarda 2. dereceden otokorelasyon olmaması gerekmektedir (Tatoğlu, 2018). Modellerin tamamında 2. dereceden otokorelasyon bulunmamıştır. Son olarak, araç değişkenlerinin içsellik sorunu taşıyıp taşımadığını test etmek için Sargan Testi yapılması gerekmektedir. Çalışmamızda robust standart hatalar yöntemi kullanıldığı için Sargan Testi uygulanmamaktadır. Dolayısıyla, araç değişkenlerinin sınanmasına gerek kalmamıştır. Sonuç olarak, yukarıdaki iki test (Wald ve Arellano – Bond otokorelasyon testi) sonucunda tahminciler sağlıklı bir şekilde yorumlanabilir.

Tablo 4. Model 1 Sonuçları

Model 1				
Değişkenler	Katsayılar	Robust Standart Hatalar	Z istatistiği	P değeri
LNFKAR(-1)	0.4246	0.1658	2.56	0.010***
LNARGE	1.6485	0.4588	3.59	0.000***
Model için Testler	Z istatistiği	P değeri		
Wald chi2(2)	24.79	0.0000***		
AR(1)	-1.4633	0.1434		
AR(2)	1.1713	0.2415		

*** %1, ** %5, *%10 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade eder.

Tablo 4’de yer alan model 1 ile ilgili sonuçlar incelendiğinde faaliyet giderlerinden Ar-Ge harcamaları (LNARGE) firmanın faaliyet karını (LNFKAR) pozitif yönden % 1 anlamlılık seviyesinde etkilemektedir. Diğer bir deyişle Ar-Ge harcamaları arttıkça firma karlılığı artmaktadır.

Tablo 5. Model 2 Sonuçları

Model 2				
Değişkenler	Katsayılar	Robust Standart Hatalar	Z istatistiği	P değeri
LNFKAR(-1)	0.4580	0.2015	2.27	0.023**
LNPASAT	0.9677	0.6358	1.52	0.128
Model için Testler	Z istatistiği	P değeri		
Wald chi2(2)	33.23	0.000***		
AR(1)	-1.2057	0.2279		
AR(2)	.91354	0.3610		

*** %1, ** %5, *%10 düzeyinde istatistiki anlamlılığı ifade eder.

Tablo 5'te yer alan model 2 ile ilgili sonuçlar incelendiğinde faaliyet giderlerinden Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri (LNPASAT) ile firmanın faaliyet karı (LNFKAR) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir

Tablo 6. Model 3 Sonuçları

Model 3				
Değişkenler	Katsayılar	Robust Standart Hatalar	Z istatistiği	P değeri
LNFKAR(-1)	0.1883	0.0607	3.10	0.002***
LNGYG	2.7017	0.7140	3.78	0.000***
Model için Testler	Z istatistiği	P değeri		
Wald chi2(2)	155.59	0.000***		
AR(1)	-1.5186	0.1289		
AR(2)	0.58129	0.5610		

*** %1, ** %5, *%10 düzeyinde istatistiki anlamlılığı ifade eder.

Tablo 6'da yer alan model 3 ile ilgili sonuçlar incelendiğinde faaliyet giderlerinden Genel Yönetim Giderleri (LNGYG) firmanın faaliyet karını (LNFKAR) pozitif yönden % 1 anlamlılık seviyesinde etkilemektedir. Diğer bir deyişle Genel Yönetim Giderleri arttıkça firma karlılığı artmaktadır.

Sonuç

Faaliyet giderleri üretim maliyetlerinden sonra firmalar için önemli maliyet kalemlerindedir. Firmaların performanslarını en çok etkileyen üretimden

sonra ikinci önemli gider kalemleri bu grupta yer almaktadır. Firmanın karlılıklarına etkisi kaçınılmazdır. Özellikle sürekli gelişen ve yenilenen bir sektör olan teknoloji sektörü için bu giderler ayrı bir önem kazanmaktadır. Bu çalışmada da faaliyet giderlerinin firma karlılık düzeylerine olan etkisi incelenmiştir. Elde ettiğimiz bulgulara göre firmanın Ar-Ge ve Genel Yönetim Giderlerini artırması firma karlılığına pozitif yönde yansımaktadır.

Bu çalışma Borsa İstanbul Teknoloji Sektörü firma verileri kullanılarak yapılmıştır. Teknoloji sektörü çok hızlı büyüyen ve hızlı bir değiş gösteren sektördür. Dolayısıyla, bu sektörde faaliyet gösteren firmalar faaliyetlerinin devamı ve sektörde gelişme gösterebilmesi için Ar-Ge faaliyetlerini etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirmesi gerekmektedir. Ar-Ge faaliyetleri doğası gereği maliyeti yüksek bir gider türüdür. Ancak, bu faaliyetlere gerekli bütçeyi ayıramayan firmaların sürdürülebilirliği tehlike altındadır. Diğer taraftan Ar-Ge faaliyetlerinin olumlu etkisi firmaya yansımalarının yanında ülke ekonomisini de etkileyecektir. Firmaların uluslararası arenada rekabet gücü artarken ülke ekonomisinin döviz çıktıları azalabilecek hatta döviz girdileri artabilecektir. Dolayısıyla, ülke ekonomisine doğrudan yansiyacak her faaliyet devlet tarafından desteklenmesi gerektiği kanaatindeyiz. Bu destekler üniversite sanayii işbirliği şeklinde olabileceği gibi mali teşvik, hibe, vergi ve sübvansiyon şeklinde de olabilir.

Firmaların başarısının en önemli etkeni iyi yönetimdir. İyi bir yönetim olmadan firmalar başarılı olamayacağı gibi sürdürülebilirlikleri de tehlike altındadır. İyi bir yönetim için nitelikli ve deneyimli yöneticilere ihtiyaç vardır. Yöneticilerin niteliği ve deneyimi arttıkça elde edecekleri gelirleri de artacaktır. Bu durum, firmaların Genel Yönetim Giderlerini artıran bir unsurdur. Yaptığımız bu çalışma sonucunda da görüldüğü gibi Genel Yönetim Giderleri arttıkça firmanın karlılığı artmaktadır. Firmaların performansının artması için nitelikli ve deneyimli yöneticilerle çalışması gerekmektedir. Bununla birlikte, firmalar çalıştırdıkları ast ve üstlerinin eğitim faaliyetlerine önem göstermelidir. Gelişmeleri yakından takip eden ve gelecekle ilgili doğru adımlar atabilen firmalar başarılı olabilecektir. Aksi takdirde firmalar iş hayatından yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır.

Kaynakça

- Akgüç, Ö. (2006). *Mali Tablolar Analizi* (12. Baskı). İstanbul: Arayış Basım ve Yayıncılık.
- Akdoğan, N. Ve Tenker, N. (2003). *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri* (10.Baskı). Ankara:Gazi Kitapevi.

- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The review of economic studies*, 58(2), 277-297.
- Baltagi, B. H., & Levin, D. (1986). Estimating dynamic demand for cigarettes using panel data: the effects of bootlegging, taxation and advertising reconsidered. *The Review of Economics and Statistics*, 68, 148-155.
- Çiftçi, C. (2014). Türkiye İmalat Sanayiinde Ölçek Bazında Kârlılık ve Temel Giderler İlişkisi: 1998-2009 Dönemi. *Sosyoekonomi*, 22(2).
- Demirgüneş, K., & Üçler, G. (2016). Ar-Ge Yatırımları ve Büyüme: İmalat Sektörü Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 45(1), 53-64.
- Doğan, M., & Meccek, G. (2015). Pazarlama Harcamalarının Firma Değeri Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 180-194.
- Duffy, M. (1999). The influence of advertising on the pattern of food consumption in the UK. *International Journal of Advertising*, 18(2), 131-168.
- Falvey, R., Foster, N., & Greenaway, D. (2002). North-South trade, knowledge spillovers and growth. *Journal of Economic Integration*, 650-670.
- Garín-Mun, T. (2006). Inbound international tourism to Canary Islands: a dynamic panel data model. *Tourism management*, 27(2), 281-291.
- Geroski, P. A., & Toker, S. (1996). The turnover of market leaders in UK manufacturing industry, 1979-86. *International journal of industrial organization*, 14(2), 141-158.
- Griliches, Z. (1981). Market value, R&D, and patents. *Economics letters*, 7(2), 183-187.
- Hamilton, J. L. (1972). The demand for cigarettes: advertising, the health scare, and the cigarette advertising ban. *The Review of Economics and Statistics*, 54, 401-411.
- Han, B. H., & Manry, D. (2004). The value-relevance of R&D and advertising expenditures: Evidence from Korea. *The International Journal of Accounting*, 39(2), 155-173.
- Han, C., Phillips, P. C., & Sul, D. (2014). X-differencing and dynamic panel model estimation. *Econometric Theory*, 30(1), 201-251.

- Kayıhan, B., & Tepeli, Y. (2017). Faaliyet Giderlerinin İşletme Karlılığı Üzerindeki Etkisi: BİST Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektöründe Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 327-337.
- Kocamış, T. U., & Güngör, A. (2014). Türkiye’de Ar-Ge Harcamaları ve Teknoloji Sektöründe Ar-Ge Giderlerinin Karlılık Üzerine Etkisi: Borsa İstanbul Uygulaması. *Maliye Dergisi*, 166, 127-138.
- Koçan, M., & Gerekan, B. (2017). Faaliyet Gider Türlerinin Marka Değeri Üzerine Etkisi: Brand Finance Turkey-100’de Yer Alan Şirketlere Yönelik Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 19(4), 884-914.
- Özer, M., & Gülençer, İ. (2019). İşletmelerin ar-ge ve pazarlama harcamalarının pay değeri üzerindeki etkisi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(19), 52-73.
- Öztürk, E., & Dülgeroğlu, İ. (2016). Pazarlama ve genel yönetim giderlerinin firma performansı üzerindeki etkisi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 137-146.
- Öztürk, M. B. (2008). Araştırma-Geliştirme Yatırımlarının Firma Değeri Üzerindeki Etkisi: İMKB’de Bir Uygulama. *Verimlilik Dergisi*, 2008(1), 25-34.
- Sevilengül, O. (2011). *Genel Muhasebe* (16. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Sougiannis, T. (1994). The accounting based valuation of corporate R&D. *Accounting review*, 44-68.
- Tatoğlu, Yerdelen, F. (2018). İleri Panel Veri Analizi Stata Uygulamalı, Beta Basım Yayım, Düzenlenmiş ve Yenilenmiş 3. Baskı: İstanbul.
- Tuna, G., & Yıldız, S. (2016). The impact of operating expenditures on firm performance in Turkey: Evidence from technology sector. *Ekonomika, Journal for Economic Theory and Practice and Social Issues*, 62(1350-2019-2884), 1-15.