

## Türkiye’de Kripto Para Farkındalığı ve Kripto Para Kabul Eden İşletmelerin Motivasyonları

**Serhat KARAOĞLAN**

Kırıkkale Üniversitesi, İşletme Bölümü, Yahşihan, Kırıkkale.  
Email: serhat@karaoglan.net

**Tayfun ARAR**

Kırıkkale Üniversitesi, İşletme Bölümü, Yahşihan, Kırıkkale.  
Email: tayfunarar@kku.edu.tr

**Onur BİLGİN**

Kırıkkale Üniversitesi, İşletme Bölümü, Yahşihan, Kırıkkale.  
Email: onbilgin@gmail.com

**ÖZET:** Son dönemlerde dünyada olduğu gibi ülkemizde de popülaritesi giderek artan ve başta Bitcoin, Ethereum gibi kripto paraları içinde barındıran kripto para piyasası gerek uluslararası gerekse ulusal yazının ilgisini çekmektedir. Küresel değişimin ağırlıklı olarak finansal bağlamının son halkalarından biri olan bu piyasaya adaptasyon ve gelişim için hem işletmelerin hem de ulusların vizyon sahibi olarak gerekli adımları atmaları gerekmektedir. Bu durum karşısında bir toplumda; bilgi, farkındalık ve kullanım oranlarının ölçülmesi gereken en temel yapı taşları vatandaş ve işletmeler olacaktır. Bu bağlamda yapılmış olan araştırmanın iki temel aşaması bulunmaktadır. İlk aşamada ulaşılmak istenen amaç; Türk toplumunun kripto para piyasası hakkındaki farkındalık ve tutumunu ölçmek iken; ikinci aşamadaki amaç ise Türkiye’deki kripto para kullanan işletmelerin motivasyonlarını incelemektir. Bu temel amaçlar doğrultusunda ilgi sırasıyla 154 kişi ile anket ve 10 işletme ile çevrimiçi mülakat yapılmıştır. Elde edilen bulgular neticesinde tartışma ve sonuç kısmında birey-işletme-toplum üçlü skalasında çeşitli çıkarımlarda ve önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Kripto Para, Bitcoin, Farkındalık, İşletme Motivasyonu

**Jel Kodu:** M21; O32; O35

---

### Crypto Currency Awareness in Turkey and Motivations of Businesses that Accept Crypto Currency

**ABSTRACT:** The crypto currency market, which has recently become increasingly popular in our country as well, including crypto currencies such as Bitcoin and Ethereum, has attracted attention of academics both internationally and nationally. For the adaptation and development of this market, which is one of the last rings of the financial context of global change, both businesses and societies need to take the necessary steps as a visionary. In this situation, the basic building blocks of knowledge, awareness and usage in a society are citizens and businesses. In this context, this research has two main studies. The first study aims to measure the awareness and attitude of Turkish society about the crypto-currency market, while the second study's aim is to examine the motivation of enterprises using crypto money in Turkey. In line with these main objectives, 154 surveys and 10 online interviews were conducted respectively. In the discussion and conclusion of the findings obtained, various inferences and suggestions were made on the triple scale of individual-business-society.

**Keywords:** Crypto Currency, Bitcoin, Awareness, Organizational Motivation

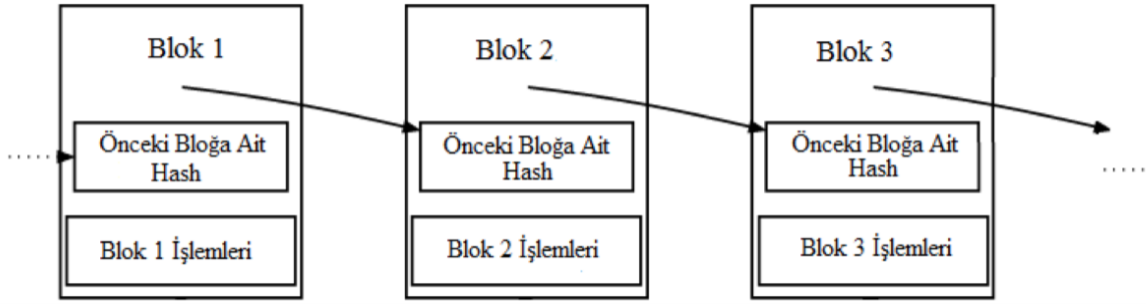
**JEL Code:** M21; O32; O35

---

## 1. Giriş

Tarih boyunca mal ve hizmetlerin mübadele edilmesinde takastan emtia paraya, altına dayalı değerli kağıtlardan fiat paraya kadar birçok farklı yöntem ve para birimi kullanılmıştır. Kullanılan para birimlerinin değerini koruyabilmesi için para arzının kontrol edilmesi ve sahte paranın engellenmesi büyük önem taşımaktadır. Fiat paralarda, para arzının kontrolü merkez bankası gibi kuruluşlar tarafından sağlanırken, sahteciliğin önlenmesi ise devlet otoritesinin yaptırım gücüyle sağlanmaktadır (Narayanan vd., 2016). Son yıllarda büyük bir heyecan dalgası yaratan kripto paralar ise bu iki unsuru kriptografiyi kullanarak çözümlenmekte ve üçüncü şahıslara ya da kurumlara ihtiyacı ortadan kaldırmaktadırlar.

Kripto para birimleri içerisinde hem ilk olması hem de mevcut piyasa büyüklüğü açısından kuşkusuz en önemlisi Bitcoin’dir (Sembolü ₺, kısaltması: BTC). 2008 yılı sonlarında Satoshi Nakamoto (pseudonym – mahlas) olarak bilinen bir kişi ya da grup tarafından, “Bitcoin: Kişiden kişiye elektronik nakit sistemi” adlı makale ile Bitcoin’in teorik altyapısı yayınlanmış, 2009 yılında ise Bitcoin programına (sonraları adı Bitcoin Core olmuştur) işlerlik kazandırılmıştır (Nakamoto, 2008). Bitcoin ve diğer kripto para birimleri dağıtık sistemlerdir; yani merkezî bir otoriteye sahip değildir. İşlemleri kontrol etmek, arzı artırmak ve sahteciliği önlemek için kriptografi kullanırlar. İşlemler, onaylandıktan sonra, dijital olarak saklanır ve Şekil 1 de görüldüğü üzere bir muhasebe sistemi olarak düşünülebilecek bir "blok zincir" içine kaydedilir. Blok zinciri yapılan tüm işlemleri içeren bir yapıdır ve herkese açık ve erişilebilir olarak tutulmaktadır. Ödemeler ağ düğümleri tarafından doğrulanır. Bazen, Bitcoin’de olduğu gibi, işlem için güçlü, pahalı bilgisayarlara ihtiyaç duyulmaktadır (Gandal & Halaburda, 2014:4).



Şekil 1: Blok Zincir Yapısı (basitleştirilmiş gösterim)

Kaynak: Khalilov vd., (2017:3)

İşlemlerin onaylanma süreci madencilik (Mining) olarak ifade edilmektedir. Madenci (Miner) adı verilen kullanıcılar onaylanmayı bekleyen işlemleri blok yapısı içerisine toplar ve matematiksel bir problemin çözümü için yarışır. Problemi ilk çözen madenci, blok yapısını tamamlar ve zincirin sonuna eklemeye hak kazanır. Ödül olarak blok başına tanımlanmış BTC’yi elde eder. Bu süreç sonucunda yeni BTC’lerin piyasaya sürümü de gerçekleşmiş olmaktadır. Kısacası Bitcoin’in fiziksel karşılığı bulunmamakta, harcanan bilgisayar gücü bir anlamda paraya dönüşmektedir. Başlarda 50 BTC olan ödül her 210,000 blokta bir yarılanmaktadır. Önce 25 BTC’ye düşen ödül miktarı, günümüzde 12.5 BTC’ye düşmüş bulunmaktadır (Khalilov vd., 2017:3).

Çoğu kripto paranın arzı önceden belirlenmiş bir hızda artar ve herhangi bir merkezi otoriteyle değiştirilemez. Örneğin Bitcoin’de, maksimum üretilebilecek BTC miktarı 21 milyondur ve halihazırda yaklaşık 16,8 milyon BTC dolaşımındadır. Bitcoin’in yanı sıra farklı kripto paraların sayısı da her geçen gün artmaktadır. Sayıları 1500’ü geçen diğer kripto paralar temelde blok zinciri teknolojisini kullanmaktadırlar. Farklı piyasaları ve uygulama biçimlerini hedef alan bu paralar, türev kripto paralar ya da alternatif kripto paralar olarak adlandırılmaktadırlar. Tablo 1’de piyasa hacmi en büyük ilk 10 kripto paraya ait bilgiler verilmiştir. Tablodan açıkça görüleceği üzere Bitcoin piyasasının 1/3’ünden biraz fazlasını kapsamaktadır. Piyasalarda Bitcoin’in bu hakimiyeti kuşkusuz literatür yazınına da etkilemiştir. Genelde kripto para üzerine yapılan çalışmaların çoğu Bitcoin özelinde yapılmışlardır.

Bitcoin ve alternatif kripto para birimleri, birçok piyasayı özellikle de finansal piyasaları derinden etkilemiştir. 7 gün 24 saat işlem yapma imkânı, çok düşük düzeylerde komisyon ile para

gönderimi ve işlem hızı gibi avantajları sayesinde geleneksel aracı kurumlara üstünlük sağlamış ve mevcut finansal araçlar ile işlem yapan işletmeleri, iş modellerinde değişiklik yapmaya zorlamaktadır.

**Tablo 1.** Piyasa Hacmi en büyük ilk 10 kripto para, güncel değerleri ve hakimiyet yüzdeleri

No	Kripto Para Birimi	Sembol	Güncel Değer (\$)	Piyasa Hacmi (\$)	Hakimiyet
1	Bitcoin	BTC	6.662,20	112.252.906.795	%35,38
2	Ethereum	ETH	640,83	62.444.941.236	%20,61
3	Ripple	XRP	0,646654	25.225.465.459	%8,18
4	Bitcoin cash	BCH	862,03	14.613.220.205	%4,46
5	Cardano	ADA	0,295088	7.650.767.391	%2,55
6	Litecoin	LTC	117,44	6.470.279.348	%2,12
7	Stellar	XLM	0,296093	5.457.580.473	%1,83
8	NEO	NEO	77,44	5.033.684.500	%1,82
9	EOS	EOS	6,80	4.430.999.438	%1,27
10	NEM	XEM	0,434355	3.909.195.000	%1,12

**Kaynak:** coinmarketcap.com verilerinden düzenlenmiştir (Erişim tarihi: 10.02.2018).

## 2. Literatür Taraması

Kripto para kavramı üzerine yapılan öncül çalışmaların büyük bir kısmı bilgisayar bilimcileri tarafından blok zincir teknolojisinin anlaşılması ve geliştirilmesi amacıyla yapılmıştır. Ancak sayıları az da olsa bilgisayar bilimcileri tarafından yayımlanan birkaç makalede teşvikler üzerinde durulmaktadır. Eyal ve Sirer (2013) mevcut Bitcoin protokolünün merkeziyetsiz yapısını kaybetmesine neden olacak bir teşvik yapısına sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Benzer bir şekilde Babaioff vd. (2012) mevcut Bitcoin teşvik mekanizmasının yanlış varsayımlara dayandırıldığını ifade etmişlerdir.

Kripto para teknolojisinin iktisat literatüründe kendisine yer bulmaya başlaması oldukça yeni bir durumdur. Bu alandaki ilk çalışmalardan biri, Avrupa Merkez Bankası'nın (2012) sanal para birimleri hakkındaki raporudur. Rapor, Bitcoin ve Linden doları örneklerini kullanarak, kripto para birimlerinin fiat paranın kullanımı üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Yermack (2013:16) Bitcoin'in volatilitesi üzerine yaptığı çalışmada, fiyatındaki değişimlerin Bitcoin'in para birimi olarak kullanılabilirliğini zayıflattığını ve bu nedenle onun bir para biriminden ziyade spekülasyon aracı olarak değerlendirilmesi gerekliliğini ifade etmektedir. Atik vd. (2015:259-260) Bitcoin'in döviz kurları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. 2009-2015 yılları arasındaki günlük fiyat verilerini kullandıkları çalışmalarında, Bitcoin ile Japon Yen'inin birbirlerini gecikmeli olarak etkilediğini ve Japon Yen'inden Bitcoin'e doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığını tespit etmişlerdir. Hepkorucu ve Genç (2017) Bitcoin fiyatının durağanlığı üzerine çalışma yapmışlar ve Bitcoin fiyatının piyasaya giren şoklar tarafından belirlendiği ifade etmişlerdir.

Bitcoin fiyatları üzerine yapılan çalışmaların yanı sıra Bitcoin'in hukuksal statüsünü anlamlandırmayı amaçlayan çalışmalar da yapılmıştır. Low ve Teo (2017:235) kripto paraların bir varlık olup olmadığını hukuksal anlamda incelemişlerdir. Sontakke ve Ghaisas (2017:17) kripto paraların devletler tarafından yasallığı tanımlandıkça fiyatlardaki oynaklıkların azalacağını ve bu nedenle yakın zamanda kripto paraların bir varlık sınıfına dönüşeceğini belirtmişlerdir. Ateş (2016:364) kripto para birimlerinin muhasebe kayıtlarında ne şekilde yer alması gerektiğini ele almıştır. Ona göre en kısa sürede Bitcoin'in muhasebe kayıtları, vergilendirme hususları ve Bitcoin borsalarının yasal statüsü konularında düzenlemeler yapılmalıdır. Gültekin (2017) ise Bitcoin ve diğer kripto para birimlerini sektörler bazda incelemiş ve turizm endüstrisinde alternatif bir ödeme aracı olabildiğini araştırmıştır. Özellikle teknoloji yoğun ve yenilikleri ilk benimseyen müşteri segmentine erişim ve küçük işletmeler için niş pazar konumlandırma gibi faydaların olabileceğini ifade etmektedir. Ulusal literatürde iktisadi ve/veya idari anlamda kripto parayı esas alan toplamda 11 adet akademik çalışma Tablo 2'de verilmiştir.

Kripto para teknolojisi her ne kadar 2000li yılların sonlarına doğru pratik hayata geçmiş olsa da ülkemizde akademik camianın ilgisini 2014 yılı itibarı ile çekmiş ve fakat konu sahip olması gereken öneme henüz kavuşamamıştır. Yapılan çalışmaların genellikle finans alanında yapıldığı görülmekle birlikte bu çalışmaların altı tanesi kavramsal olurken beş tanesi ampirik olarak ele alınmıştır. Ayrıca çalışmaların genel olarak bu konunun popüleritesi en yüksek para birimi olan Bitcoin üzerine yoğunlaştığı görülmektedir.

**Tablo 1.** Kripto Para ile İlgili İktisadi ve/veya İdari Alanda Yapılmış Akademik Çalışmalar

Yazar(lar)	Yıl	Çalışmanın Konusu	Çalışma Türü	Odaklanılan Kripto Para	Kapsam		
Dirican & Canoz	2017	Bitcoin’in yatırım fonksiyonunun yatırımcı kararlarındaki etkisi analiz edilmiş	Ampirik	Bitcoin	Finans		
Dulupçu vd.		Bitcoin’in gösterdiği fiyat artışlarının popüleritesiyle doğru orantılı olarak spekülatif işlemler nedeniyle gerçekleşmesi sorusu analiz edilmiş					
Hepkorucu & Genç		Bitcoin finansal olarak incelenmiş ve durağanlığı analiz edilmiş					
Gültekin		Kripto para birimleri hakkında genel bilgiler verilerek, turizm endüstrisi içinde ne ölçüde kullanıldığı incelenmiş	Kavramsal		Finans, Turizm		
Aslantaş Ateş	2016	Kripto para birimlerinin hakkında genel bilgi verilmiş ve bu birimlerin muhasebe kayıtlarında ne şekilde yer alması gerektiği incelenmiş	Kavramsal	Bitcoin odaklı diğer Altcoinler (Ethereum, Litecoin vb.)	Finans, Hukuk, Muhasebe		
Bilir & Çay		Elektronik para ve birimlerinin finansal piyasalarda nasıl algılanacağı ve bu algının finans sistemi üzerindeki olası etkileri analiz edilmiş					
Gültekin & Bulut		Bitcoin ve alt-sektörlerin oluşturmuş olduğu yeni ekonomi hakkında bilgi verme amaçlanmıştır	Ampirik	Bitcoin	Finans		
Koçoğlu vd.		Bitcoin’in fiyatlandırılması incelenmiş, Bitcoin borsalarının etkinliği, likiditesi ve oynaklığı analiz edilmiş					
Atik vd.	2015	Bitcoin piyasasının geleneksel döviz piyasalarına etkileri analiz edilmiş	Ampirik			Bitcoin & Linden Doları	Hukuk
Yüksel		Kripto (sanal) paraların genel değerlendirilmesi yapılmış					
Sönmez	2014	Bitcoin hakkında SWOT analizi ile detaylı bilgi verilmiş					

Tüm bunlar dışında çalışmaların genel olarak kripto paraların finansal açıdan önemi ve etkileri analiz edilirken, işletmeler bazında konuya değinen sadece bir çalışmaya (Gültekin, 2017) rastlanılmıştır. Bununla birlikte ulusal literatürde kripto parayı daha çok küçük ve orta ölçekte aktif-pasif olarak kullanabilecek ve ülkedeki geleceğinin belirlenmesinde etkin olacak iki aktör olan toplumun kripto para farkındalığını ölçümleyen ve işletmelerin kripto para kullanım motivasyonlarını değerlendirmeyi amaçlayan çalışmalara rastlanmamıştır. Bu çalışma ile birlikte ulusal literatürdeki bu önemli eksiklik giderilmeye çalışılmıştır. Araştırma iki çalışmadan oluşmaktadır. Metodoloji kısmında alt başlıklar olan çalışma I ve çalışma II’ nin altında her çalışma için yöntem ve bulgular sırasıyla verilmiştir.

### 3. Metodoloji

#### 3.1.Çalışma-I

##### 3.1.1. Yöntem

Araştırmanın ilk çalışmasının amacı; Türkiye’deki kripto para hakkındaki farkındalık ve tutumunu ölçmektir. Bu bağlamda EK-1 deki; katılımcıların demografik özelliklerini (4 soru), internet kullanım bilgilerini (3 soru) ve kripto para hakkındaki bilgi düzeyleri ile fikirlerini ölçen (11 soru) toplamda 18 soruluk anket hazırlanmıştır. F1, F3, T1, T2, T4 ve T5 kodlu sorular Blockchain Capital (2017) tarafından 18-20 Ekim 2017 tarihleri arasında yapılan araştırmasından uyarlanmıştır. Diğer sorular ise tarafımızdan yanıt formuna eklenerek kripto para dünyası hakkındaki katılımcı fikirleri ölçülmeye çalışılmıştır. Örneklem seçimi için ise; ilk olarak “Basit Tesadüfi Örneklem” yöntemi uygun görülmüş ve “sokaktaki insanlara” anket yapılmak arzu edilmiştir. Fakat; insanların zaman kısıtının olması, toplumdaki güvensizlik ve tahammül eşliğinin düşük olması ve ankette geçen “kripto para” sözcüğünün, çeşitli kaynaklardan duyulan ve olumsuz izlenim yaratan “benzeşik kavramlara” benzemesinden dolayı bu yolla anket yapılması imkansız hale gelmiştir. Bu sebeple örneklem seçimi için “Kolayda örneklem” yöntemi uygun görülmüş ve katılımcılarla yüz yüze ve çevrimiçi yollar ile toplamda 154 kişiye anket uygulanmıştır.

##### 3.1.2. Bulgular

Veriler 29.01-05.02.2018 tarihleri arasında bir haftalık bir süreçte toplanmıştır. Çalışmaya 52’si kadın 102’si erkek olmak üzere 154 kişi katılmış olup katılımcılara ait demografik veriler aşağıdaki Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3:** Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

	Değişken	Frekans	Yüzdeler
Cinsiyet	Kadın	52	33,8
	Erkek	102	66,2
Eğitim Durumu	Lise ve altı	18	11,7
	Önlisans	23	14,9
	Lisans	85	55,2
	Lisansüstü	28	18,2
Gelir Seviyesi (Aylık ₺)	1500 ve altı	29	18,8
	1501-2500	25	16,2
	2501-3500	23	14,9
	3501-4500	27	17,5
	4501 ve üstü	50	32,5
Yaş	18-29	72	46,8
	30-39	49	31,8
	40-49	15	9,7
	50 ve üstü	18	11,7

Katılımcılara internet kullanımları ile ilgili soruların ardından kümeleme analizi uygulanarak internet kullanımlarına göre gruplara ayrılmıştır. Buradaki amaç, sanal para farkındalığının internet kullanıcı gruplarına göre farklılık içerip içermediğini inceleyebilmektir. Yapılan kümeleme analizi sonucunda 4 farklı grup elde edilmiştir. Gruplar aşağıda kısaca tanımlanmıştır.

##### 3.1.2.1. Normal okuyucular (Grup-1)

İnterneti okuyucu düzeyinde kullanan gruptur ve değişen sürelerde internet kullanımına sahiptirler ancak bu grupta yer alanlar 5 saatten fazla zaman geçirmezler. Grup üyeleri tarafından internet oyun veya eğlence amaçlı kullanılmaz. Grubun yaş ortalaması ve kadın oranı diğer gruplara göre daha yüksektir.

### 3.1.2.2. Sosyal medyacılar (Grup-2)

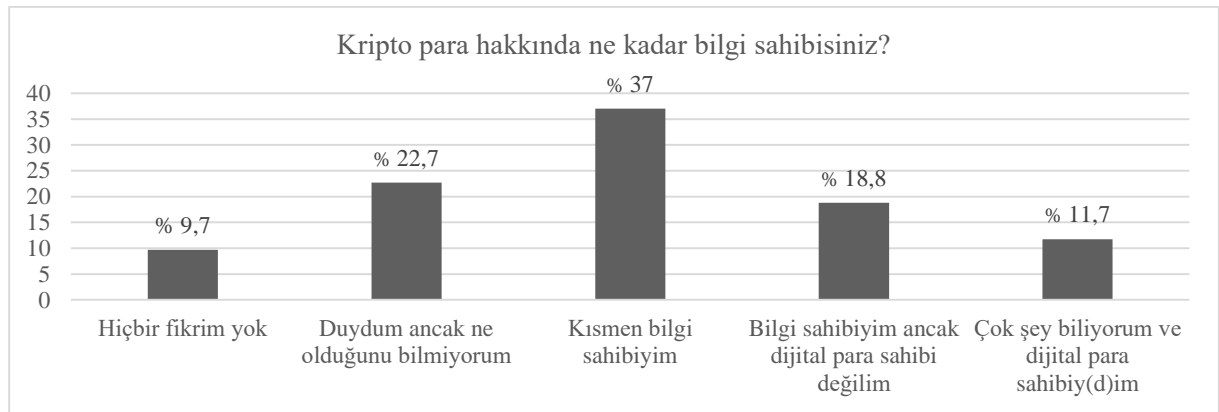
Günde 1-3 saat arası internet kullanırlar. Sosyal medya kullanımları fazladır. İnterneti alışveriş, okuma ve iş amacıyla kullanma oranları düşüktür. Eğitim seviyeleri diğer gruplara nazaran daha düşüktür.

### 3.1.2.3. Yoğun kullanıcılar (Grup-3)

Günlük 5 saat ve üstü internet kullanmaktadır. Oyun/eğlence, sosyal medya kullanımı, haberleşme yoğundur. İnternette okuyucu durumundadırlar. Bu grubun yaş ortalaması düşük, eğitim seviyesi yüksektir.

### 3.1.2.4. Katkıda bulunanlar (Grup-4)

İnternet süreleri çok değişkendir. Bu grubun üyeleri internette içerik üretmektedirler. 18-39 yaş arası yoğundur ve internete öğrenme, haberleşme ve sosyal medya kullanımı amacıyla erişmektedirler. Ankette kişisel ve internet kullanımına ait bilgiler alındıktan sonra subjektif farkındalığı ölçmek için kripto para hakkındaki bilgi düzeyi sorulmuştur. Şekil 2’den de görülebileceği üzere yanıtlayıcıların yaklaşık %90’ı duyduğunu veya bildiğini iletmiştir. %11,7 oranında yanıtlayıcı ise şu anda veya daha önceden kripto para sahibi olduğunu iletmiştir.

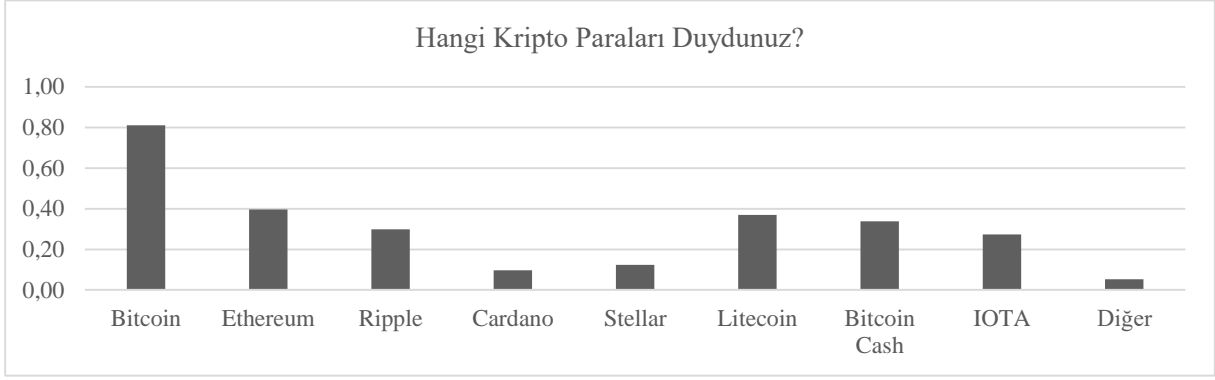


Şekil 2: Kripto Para Subjektif Farkındalığı

Daha önce belirlenen gruplar arasında bu soruya verilen yanıt açısından farklılığa bakmak amacıyla, veriler normal dağılıma uyduğu için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Gruplar arasında anlamlı farklılık ( $p < 0,05$ ) olması sebebiyle Tukey Post Hoc testi yapılmıştır. Test sonucuna göre Grup 1 ve Grup 2’nin yanıtlarının Grup 3’e göre istatistiksel açıdan anlamlı derecede farklı olduğu gözlemlenmiştir. Bu soruda kripto para sahiplerinin de Grup 3 ve Grup 4’te toplanmış olduğu sonucuna varılmıştır.

Daha sonra, katılımcılara listede yer alan kripto paralardan hangilerini duydukları sorulduğunda, Coinmarketcap internet adresinde yer alan ve market hacmi en büyük 7 kripto para ve medyada yer alan ve çok bilinen 1 kripto para eklenerek “Diğer” şıkkı ile birlikte toplam 9 seçenek katılımcılara sunulmuştur.. Katılımcıların %81’i Bitcoin’i duyduğunu belirtirken, alternatif kripto paralardan %40 oran ile Ethereum, %37 ile Litecoin ve %30 ile Ripple “en popüler olanlar” olarak yerlerini almıştır (Şekil 3).

Bir sonraki aşamada ise katılımcıların kripto paraya karşı tutumlarını ölçebilmek için 8 sorudan oluşan ve 5’li likert ölçeği ile yanıtlanabilecek sorular sorulmuştur. Yanıtlara uygulanan faktör analizi sonucunda ölçeğin 2 aşamada değerlendirilmesinin daha iyi olacağı sonucuna varılmıştır. Faktör analizi sonucu Kaiser-Meyer-Olkin değeri 0,796 ve 2 faktörlü ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı %59,267 bulunmuştur. Ayrıca ölçeğin güvenilirliği Cronbach’s alpha testi ile hesaplanmış ve  $\alpha = 0,791$  bulunmuştur. Tablo 4’te her iki faktöre ait tanımlayıcı bilgilere yer verilmiştir.



Şekil 3: Kripto Para Bilinirliği

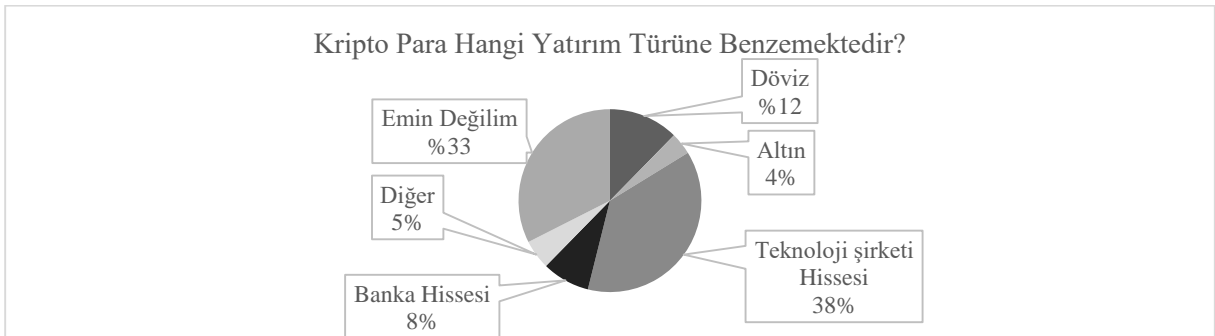
Tablo 4: Faktörler ve Ortalamalar

Madde	Ortalama	Standart Sapma	Grup 1 ortalaması	Grup 2 ortalaması	Grup 3 ortalaması	Grup 4 ortalaması
<b>Risk faktörü</b>	8,3182	2,63140	7,6316	7,8158	9,3448	8,6327
Balon*	2,9805	1,15170	2,5526	2,7895	3,3448	3,2449
Değersizlik*	3,2208	1,25374	3,1316	2,9474	3,8621	3,1224
Risk*	2,1169	1,06610	1,9474	2,0789	2,1379	2,2653
<b>Yenilik faktörü</b>	15,2597	4,28831	13,5789	13,6316	17,3103	16,6122
Finansal yenilik	3,3052	1,15089	2,8684	3,0263	3,6897	3,6327
Teknolojik yenilik	3,1948	1,11483	3,0000	2,8947	3,4138	3,4490
Gelecekte kullanım	3,1883	1,18691	2,8158	2,7105	3,7241	3,5306
Yatırım*	2,6818	1,03976	2,3684	2,3947	3,0000	2,9592
Yaygınlaşma	2,8896	1,13507	2,5263	2,6053	3,4828	3,0408

\*Yanıtlar ters çevrilmiştir.

Faktörlerin belirlenmesinin ardından daha önceden tanımlanan kullanıcı grupları arasında farklılık olup olmadığı ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Test sonuçlarına göre *Risk* faktöründe Grup 1 ve Grup 3 arasında anlamlı farklılık ( $p < 0,05$ ) görülmüştür. *Yenilik* faktöründe ise Grup 1 ve Grup 2 benzer özellikler gösterirken, Grup 3 ve Grup 4 benzer özellikler göstermiştir. Benzer özellik gösteren gruplar, diğer gruplara göre istatistiksel açıdan anlamlı olarak farklı ( $p < 0,05$ ) bulunmuştur.

Veriler incelendiği zaman, *Yenilik* faktöründe Grup 3 ve Grup 4'ün tutumunun pozitif olduğu görülmektedir. Grup 1 ve grup 2 ise bu faktöre diğer iki gruba göre daha soğuk yaklaşmaktadır. Genel bir yorum yapılacak olursa; katılımcılar kripto paranın finansal ve teknolojik bir yenilik olduğunu düşünmekte, gelecekte daha fazla kullanılacağına inanmaktadır. Bununla beraber değer olarak bir karşılığı olmadığını düşünmemektedirler ancak riskli olduğunu ve kripto paraya yatırım yapmanın akıllıca olmadığını belirtmişlerdir. Hem *Risk* faktörü hem de *Yenilik* faktörü; cinsiyet, eğitim, gelir seviyesi ve yaşa göre karşılaştırıldığında istatistiksel açıdan anlamlı tek bir sonuç bulunmuştur. O da *Yenilik* faktöründe 18-29 yaş grubu ile 40-49 ve 50 yaş üstü grubunun sonuçlarının farklılığıdır ( $p < 0,05$ ). Bu sonuç bize kripto paraya karşı olan tutuma en büyük etkenin internet kullanımı olduğu düşüncesine itmiştir (Şekil 4).



Şekil 4: Kripto Paranın Algılanan Yatırım Türü Benzerliği

Son bölümde ise katılımcılara kripto paranın hangi yatırım türüne benzediği sorulmuştur. Teknoloji şirketi hissesi %38 ile en büyük paya sahipken, katılımcıların %33’ü emin değilim yanıtını vermişlerdir.

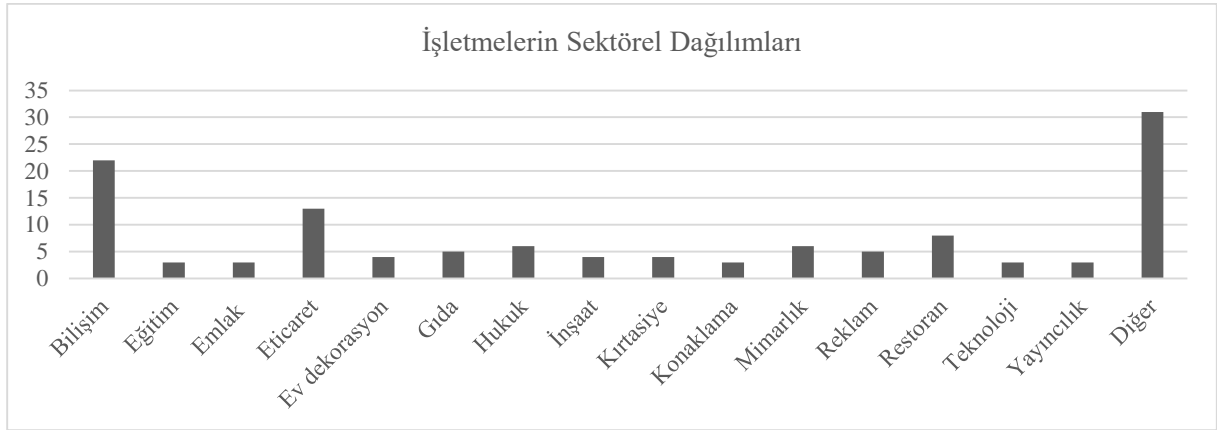
### 3.2.Çalışma-II

#### 3.2.1.Yöntem (Evren)

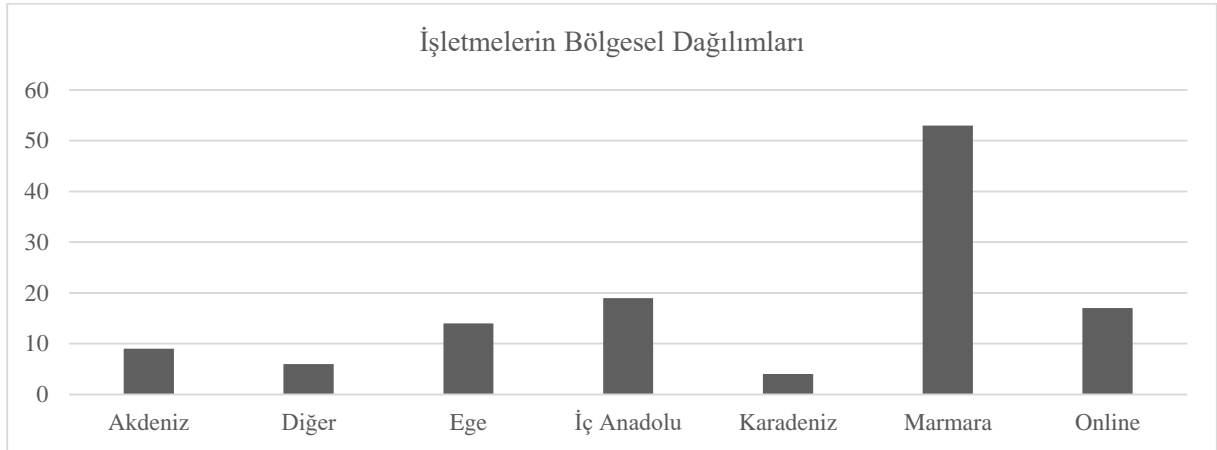
Araştırmanın ikinci çalışmasının amacı; Türkiye’de faaliyet gösteren ve işlemlerinde kripto para kullanan işletmelerin motivasyonlarını ve kripto para dünyası hakkındaki gözlemlerini analiz etmektir. Çalışmanın bu aşamasında öncelikle internet üzerinden Türkiye’de faaliyet gösterip kripto para ile işlem yapan işletmelerin listesi oluşturulmuştur. Bu listenin oluşturulması için arama motoru, çeşitli forum sayfaları ve sosyal medya kullanılmıştır. Araştırma sonucunda evrenin 122 işletme dahilinde olduğu tespit edilmiştir.

#### 3.2.2.Bulgular (Evren)

İlk olarak, Şekil 5’de kripto para kullanan 122 işletmenin sektörel dağılımı incelendiğinde, başta bilişim sektörü olmak üzere geniş bir yayılım olduğu görülmektedir. Çoğunluğun bilişim ve e-ticaret sektörlerinin oluşturması ise, kripto paranın doğasına uygun düşmektedir. Diğer sınıfını oluşturan sektörler ise tıp, emlak ve tercümanlık gibi 2 veya daha az sayıdaki ( $n \leq 2$ ) işletmelerin toplamını temsil etmektedir.



Şekil 5. İşletmelerin Sektörel Dağılımları



Şekil 6. İşletmelerin Bölgesel Dağılımları

Marmara bölgesinin öncülüğünü yaptığı, işletmelerin bölgesel dağılımında Şekil 6’da da verildiği üzere çoğunlukla Ege ve İç Anadolu bölgesinde bir yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Bu ise Dinçer vd. (2003: 55,75) nin çalışmasında ve SEGE -2011 Raporu’nda da (2013; 50, 78) görüleceği üzere gerek il bazında gerekse bölge bazında gelişmişlik düzeyleriyle doğru orantılı bir neticedir.



Ayrıca fiziksel bir oluşumdan ziyade internet üzerinden ticari faaliyetlerini gerçekleştiren işletme sayısı da yine konuyla tutarlı ve azımsanmayacak bir orandadır.

### 3.2.3. Yöntem (Örneklem)

Listede yer alan 122 işletmeden 86 tanesinin e-posta adresine ulaşılmıştır. 04.02.2018 tarihinde 86 işletmeye e-posta yoluyla EK-2 de belirtilen ve kişi ya da grupların farklı bakış açılarını ortaya çıkarma amacı (Agee, 2009: 434) doğrultusunda yazarlar tarafından oluşturulmuş 10 soruluk (kripto para ile ilgili 6 soru ve katılımcının demografik bilgilerini içeren 4 soru) çevrimiçi mülakat formu gönderilmiştir; ancak 6 e-posta adresi kapalı durumda olduğu için 80 adet işletmeye e-posta ulaştırılabilmektedir. Bu işletmelerden de 12.02.2018 tarihine kadar (İlk çalışmada olduğu gibi 1 haftalık süre tanınmıştır) 10 tanesi formu yanıtlayarak geri dönmüştür. Bu 10 işletmeden bazıları ile de sonrasında telefon ile detaylı görüşme sağlanmıştır. Çalışmamıza katılan işletmelerin prensipleri ve talepleri doğrultusunda adları ve logoları hiçbir şekilde belirtilmemiş olup her bir işletme (İ ve rakam) şeklinde kodlanmıştır. Çevrimiçi mülakattan elde ettiğimiz verileri analiz edebilmek için ise betimsel ve sistematik analiz kullanılmış olup; teorik ve ampirik araştırma çerçevesinde; işletmelerin kripto para kullanım motivasyonları ile sahip olduğu düşünce ve öngörülerini yorumlanarak açıklanmıştır. Bu ikinci çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat tekniğinin seçilmesi, nicel yöntemlerdeki kısıtlamalarla çalışmayı sınırlamadan ve herhangi bir doğrusal neden-sonuç ilişkisi bulmak yerine derinlemesine bilgi edinmek amacını (Arar, 2016: 130) veya nitel araştırmalardaki insanların ya da grupların deneyimlediği spesifik bir durumu detaylı anlamak olan (Agee, 2009: 434) genel amacı taşımaktadır.

### 3.2.4. Bulgular (Örneklem)

Görüşülen 10 işletmeye ait bazı bilgiler Tablo 5'te görülmektedir.

**Tablo 5.** Katılımcı İşletmelerin Temel Bilgileri

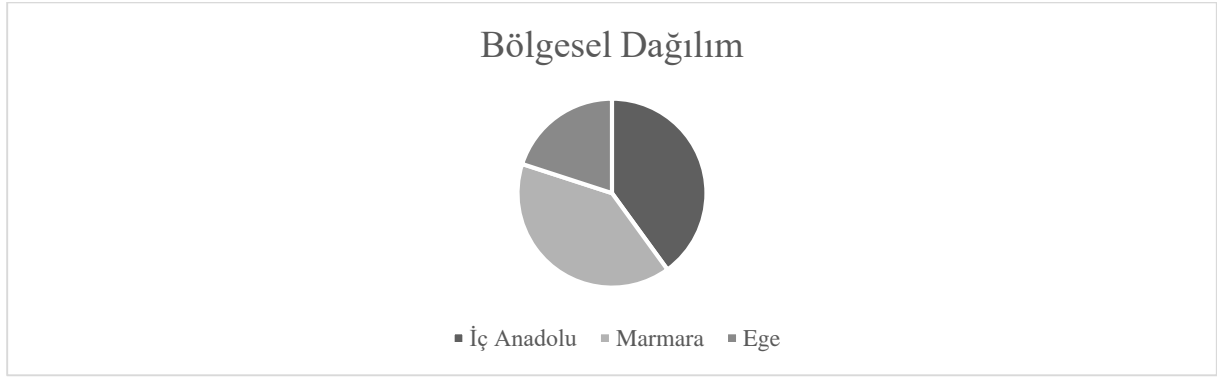
Kodu	Sektörü	İli	Kapsamı	Görüşülen Kişi
İ1	Grafik ve Prodüksiyon	Ankara	Ulusal	Sahibi
İ2	Dijital Pazarlama	Ankara-İstanbul	Uluslararası	Sahibi
İ3	Konsept Teknoloji	İstanbul	Ulusal	Yönetici
İ4	Eğlence	Bursa	Uluslararası	Sahibi
İ5	Bilişim	Kayseri	Yerel	Sahibi
İ6	İnşaat (Mühendislik)	Muğla	Ulusal	Sahibi
İ7	İnşaat (Mimari)	İstanbul	Yerel	Yönetici
İ8	Madencilik	Kütahya	Uluslararası	Sahibi
İ9	Bilişim	Eskişehir	Ulusal	Ortak
İ10	Fotoğrafçılık	Ankara	Ulusal	Sahibi

Çalışmamıza katılan 10 işletmenin temsilcisinin (sahibi, yönetici veya ortağı) yaş skalasına bakıldığında (2 işletmeci bu soruyu cevaplamamıştır) 27-40 arasında bir aralık olduğu ve ortalamının 32,6 olduğu bulunmuştur. Bu sonuca göre katılımcılar; 1977-1997 aralığında doğan (Hahn, 2011: 121), yeni fikirlere açık olma (Derzis vd., 2013: 397), teknolojiyle iç içe olma ve değişim ile çeşitliliğe değer verme (Becton vd., 2014: 177) ile kendilerini dış dünyaya pazarlayabilmek için kendilerini geliştirmeye önem verme (Dixon vd., 2013: 63) özelliklerine sahip olan Y kuşağıdır.

Katılımcıların il bazındaki dağılımına bakıldığında en çok İstanbul (n=3) ve Ankara (n=3) olduğu (bir işletme İstanbul ve Ankara olduğunu belirtmiştir); bölgesel bazda bakıldığında da Şekil 7'de görüldüğü üzere yine çoğunluğun evrenle tutarlılık gösterecek biçimde Marmara ve İç Anadolu bölgeleri olduğu görülmektedir.

İşletmelere, kendilerini tanıtılmalarının ardından hangi kripto paraların geçerli olduğu ve ne zamandan beri kullanıldığı sorulmuştur. Yanıtlara göz atıldığında işletmelerin temel olarak Bitcoin kabul edildiği gözlemlenmiştir. Ethereum ve Litecoin gibi başlıca alternatif kripto paraları da kabul ettiğinin altını çizen işletmeler, gerekirse borsalarda işlem gören diğer kripto paraları da kabul edebileceklerini de belirtmişlerdir. Bu da bize işletmelerin kripto para konusunda bilgi düzeylerinin yüksek olduğunu, kullanmayacakları veya yatırım yapmayı düşünmedikleri alternatif kripto parayı, BTC, ETH veya LTC birimine çevirerek dijital cüzdanlarında saklayabileceklerini göstermektedir.

Yanıtlayıcılar arasından kripto parayı ticari işlemlerinde ilk kullanan işletmenin 2012 yılından itibaren ödeme kapsamında kabul ettiği, diğerlerinin de yıllara yayıldığı gözlemlenmiştir.



Şekil 7. Bölgesel Dağılım

İşletmelerde kripto para kullanmanın temel sebebi ve motivasyon kaynakları ile ilgili görüş alındığında ise genel olarak iki ortak noktada buluştukları görülmüştür. Bunlardan ilki yeni teknolojinin reklam ve tanıtım gücünü kullanmak olurken ikincisi ise küresel çağa ayak uydurarak kripto para sektörünün gelişimine katkıda bulunmaktır. Katılımcı bir işletme bu durumu “*Türkiye olarak biz de bu işe yatırım yapmalıyız. Kim ne derse desin artık dijital çağdayız. Şimdi olmasa bile çok yakın bir gelecekte bütün dünya bunu kabullenecek. Kripto para artık hayatımızda ve insanlar da buna yavaş yavaş alışıyor. Geç olmadan bizim de bu akıma ayak uydurmamız gerektiğini düşünüyorum.*” şeklinde belirtmiştir. Kripto para kabul eden işletmeler, bu yenilikçi gelişmenin yayılmasını kendilerine misyon edinen gönüllü teknoloji tanıtımcıları gibi düşünülebilir. Bunu yaparken de inovatif yapılarını sektöre ve müşterilerine göstermektedirler. Bunun yanında, ödeme seçeneklerini genişletmek, transfer hızı ve düşük transfer maliyetleri de işletmeler için önemli boyutlarda gelişmelerdir. İşletmelerden gelen aşağıdaki yanıtlar konuya açıklık getirmektedir:

*“Amerika’da bulunan müşterim mail order yöntemi ile ödeme yaparak benden ürün alıyor. Para belirli bir süre havuzda bekliyor ve hesaba geçmesi 4-5 günü buluyor. Bu süreçte hesabı sürekli kontrol etme ve şubeye gitme gibi sancılı geçebilen işlemler de oluyor. Bu yüzden de üretimin başından ayrılmanın bize ekstra maliyetleri olabiliyor.”*

*“Hafta sonu ve bayramlar gibi resmi tatil gözetmeksizin 7/24 işlem yapılabilmesi çok güzel. Bunun yanı sıra transfer ücretlerinin düşük ve hızlarının yüksek olması ise çok daha güzel.”*

İşletmelere, kripto para kabul etmeye başladıktan sonraki değişimler, gelecekte kripto para kullanmayı düşünüp düşünmedikleri ve kripto paranın geleceği hakkındaki fikirleri sorulduğunda ise karşımıza çıkan sonuç yine hemen hemen ortak bir paydada buluşmaktadır. Kripto paraların hala işlemlerde çok sık kullanılmadığı ancak buna rağmen gelecekte de ödeme olarak kabul etmeyi düşündükleri görülmektedir. Bu durum bir alıntı ile örneklenecek olursa “*Bundan 15 yıl önce kredi kartı kullanılmıyordu. Kripto para da zamanla benimsenecek ve günlük hayatta daha çok kullanılacaktır*” cümlesi işletmelerin genel düşüncesine açıklık getirmektedir. İşletmeler bu yenilikçi teknolojinin yaygınlaşmasını istedikleri için, ödeme almayacak olsalar bile ödeme kabul eden pozisyonunda kalmaya razı olmaktadır. Çünkü “*Her durumda geleceğin kripto paralarda olacağı ve blockchain teknolojisinin daha da gelişip bize yeni hizmetler sunacağı kesin gibi görünüyor.*” cümlesinde de olduğu gibi gelecekte blockchain (blok zinciri) teknolojisinin hayatımıza kolaylıklar ve yenilikler getirecektir. Gönüllü teknoloji tanıtımcıları olarak tarif ettiğimiz bu işletmeler, yeniliklerin destekçisi olmaya devam etmeyi düşünmektedir ve yaptıkları katkı ile daha fazla işletmenin bu yeniliğin içinde yer alacağını öngörmektedir.

Son bölümde işletmelerin genel olarak kripto para dünyası hakkındaki fikirleri sorulduğunda ise en temel sorun olarak kur dalgalanması karşımıza çıkmaktadır. İstikrarlı hale gelen kripto para piyasasının, kripto paranın geçerliliğinin artmasını sağlayacağı fikri yaygın olarak görülmektedir. Katılımcılar, böylelikle yeni bir çağın başlayacağını ve eski sistemin yavaş yavaş ortadan kalkacağını düşünmektedir. Bununla birlikte, muhasebe ve vergi sistemlerinde yasal düzenlemelerin yapılmasının

ülke içinde kripto para kullanımına katkıda bulunacağı; işletmelerin de işlemlerini daha rahat yapabileceği fikri genel kanaatlerden birisidir. Kripto para piyasasının istikrarlı hale gelmesi ve yasal düzenlemelerin de yapılması ile birlikte ödemelerin kolaylaşacağı, kripto paraların alışverişin birer parçası olacağı, bankacılık sistemindeki açıkların kapanacağı ve yeni teknolojik gelişmelerin bu devrimi takip edeceği görüşü ortaya çıkmaktadır. İşletmeler, değişimin içinde yer almanın mikro ölçekte kendi menfaatleri, makro ölçekte ise ülke menfaatleri doğrultusunda faydalı olacağını düşünmektedir. Değişimde kısıtlayıcı veya yasaklayıcı olmak yerine proaktif rol izleyen ülkelerin küresel rekabette güçlü konumda yer alacağına inanılmaktadır. Bu görüşü *“Olaya sadece para birimi gözüyle bakmamak gerekir. Son 10 yıldır olan finansal ve teknolojik bir devrimdir. Biz ülke olarak şuna karar vermeliyiz, bu değişimin içinde yer almalı mıyız yoksa uzaktan mı seyretmeliyiz?”* düşüncesi iyi bir biçimde açıklamaktadır. Değişimin içinde yer almaya çalışan ve öncü birer destekçi olarak görünen bu işletmeler, genelde yatırım aracı olarak da kripto para kullanmakta, hatta bir kısmı kripto para madenciliği ile ilgilenmektedir. Buna rağmen yatırım aracı olmasından öte, ödeme aracı olmasını daha çok istemektedirler. Dalgalı piyasanın risk içermesi ve hızlı zengin olma hayali ile piyasaya giren yatırımcıların panik hareketleri sebebiyle henüz bir güven ortamının oluşmadığı konusu karşısında öneri olarak yatırımcıların her zaman kaybedebileceği, o yüzden tüm varlıklarını buraya aktarmamaları gerektiği düşünülmektedir. *“Tamamını bile kaybetseniz üzülmeyeceğiniz rakamlar ile yatırım yapıp, ödeme kabul edin.”* cümlesi bu fikri en güzel ifade eden yanıtlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### **4. Sonuç**

Bu araştırma, ana teması kripto para piyasası olacak şekilde iki aşamalı bir çalışma kapsamında yapılmıştır. Çalışmalardan ilkinin amacı; yaklaşık 10 yıllık tarihine rağmen küresel anlamda popülerliğini ve önemini son aylarda kazanmaya başlayan kripto paraların, gelişmekte olan ve bilgi toplumu olma yolunda ilerleyen ülkemizde, toplumsal düzlemde bilinirliğini, farkındalığın düzeyini ve kripto para piyasasına karşı olan tutumu ölçmeye yöneliktir. İkinci çalışmanın amacı ise; günümüz liberal ekonomisinin belirleyici unsurlarından birisi olan işletmelerden, en teknolojik ve güncel para birim(ler) olan kripto para birim(ler)ini ticari faaliyetlerinde kullananlarla çevrimiçi mülakat yapılarak, var olan sisteme ek olarak bu yeni sisteme iten etmenleri analiz etmek ve konu hakkında fikir ve öngörülerini incelemektir.

Kripto para dünyası ve blok zinciri teknolojisi incelendiği zaman, iki kavramın finans ve teknoloji adına birtakım yenilikler sunduğu göz ardı edilemez. Henüz emekleme aşamasında sayılabilecek bir dönemde bulunan kripto para dünyasında, Satoshi Nakamoto'nun ortaya attığı yeniliğe eklemeler yapılmaktadır ve sistem gün geçtikçe daha iyi hale getirilmektedir. Bu yenilikler de daha düşük para transfer hızı ve ücretleri, daha yüksek güvenlik, daha kolay kullanım arayüzlerini sağlamaya yönelik olarak devam etmektedir. Sistemin, şeffaflık, 3. taraflar tarafından kesintiye uğramaması, mobil kullanım gibi avantajlarının yanında istikrarsız piyasa, henüz legal altyapının oluşmaması, bilgi ve öğrenme ihtiyacı, çevrimiçi olma zorunluluğu gibi dezavantajları da bulunmaktadır.

İnsan hayatının her aşamasında önemli rol oynayan ve hızla gelişen teknoloji ile barış yapmakta tereddüt eden ya da baştan karşı çıkan toplumlar, tarih boyunca ya oyunu kaybetmeye mahkum olmuş ya da oyunu teknolojinin ilerlemesinde aktif rol oynayanların belirlemiş olduğu kurallar çerçevesinde oynamak durumunda kalmışlardır. Yüzyıllar önce, bilimin batı toplumlarında ilerlerken bizde geri kalmasının öncül aktörlerinden sayılan “matbaanın bize geç gelmesi” örneğinde olduğu gibi günümüzün “matbaası” olan kripto para piyasasını reddetmek, kullanımların önüne geçme adına regülasyonlar koymak, “bilgi toplumu” olma yolunda ilerleyen ülkemizi bu amacından saptıracaktır. Kripto para birimlerinin kullanımının birey ve işletme bazında teşvik edilmesi, ülkemizin finansal, teknolojik ve sosyo-ekonomik bağlamda küresel olarak öncül konuma ulaşmasını sağlayacaktır. Tüm bunların gerçekleşebilmesi için, bir toplumun kulaktan dolma medyatik bilgilerle hızlı zengin olma amacıyla amatör yatırımcılıktan ziyade, öncelikli olarak konu hakkında bilgi sahibi olmalı ve böyle bir teknolojinin nimetlerinden maksimum seviyede yararlanmaları gerekmektedir. Diğer yandan ekonominin bel kemiğini oluşturan özel sektördeki işletmelerin de bu teknolojiyi kabul

etmesi ve işlemlerinde kullanması için teşvik edilmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada bu iki temel amaç göz önüne alınarak söz konusu iki partiden veri toplanmış ve analiz edilmiştir.

Çalışmanın bazı kısıtları da bulunmaktadır. Konunun güncelliğini korumak adına oluşan zaman kısıtından dolayı araştırmanın ilk çalışmasındaki anket yapılan örneklem sayısı 154; ikinci çalışmasındaki mülakata katılım ise 10 işletme ile sınırlı kalmıştır. Bunun dışında araştırmanın birinci çalışmasındaki katılımcılar çeşitli meslek mensuplarından oluşmaktadır. 18 yaş altında olup, kripto para birimleri ile çeşitli girişim faaliyetlerinde bulunma potansiyeli olan grup anket dışında tutulmuştur. Ayrıca bu çalışmada ulusal düzeydeki bilgi, farkındalık ve kullanım üzerine odaklanılmıştır.

Henüz yeni bir konu olması ve ülkemizde literatürde yeteri kadar akademik çalışma olmaması sebebiyle konu hakkında yapılabilecek araştırma sayısı oldukça fazladır. Konu ile ilgili bundan sonra yapılacak çalışmalarda yerli kripto para alt yapısı, kripto paranın dezavantajlarının aşılması adına yapılabilecek geliştirmeler vb. teknik konularda yapılacak çalışmalar faydalı olabilecektir. Yönetim bilimleri ve ekonomi perspektifinden bakıldığında alternatif kripto paraların da değiştirilebildiği yerli borsa konusunda yapılacak çalışma ülkemizde kripto paranın yaygınlaşması ve küreselleşen dünyada yeniliklerin gerisinde kalınmaması adına önemli olabilecektir. Özellikle yerli borsanın yasal alt yapısı ile ilgili sunulacak akademik öneriler hem devletin hem de girişimcilerin faydalanabileceği bir sonuç çıkarılabilir. Ayrıca, bu çalışmada elde edilen bulgulardan birisi olan kripto paranın pazarlama etkisi konusunda tüketicilerle yapılacak bir çalışma işletmelere yol gösterici olabilecektir. Yine bu çalışmada ortaya attığımız gönüllü teknoloji tanıtımcıları terimi irdelenerek, netandaşların başka hangi inovatif gelişmelerde gönüllü olduğu konusunda araştırma yapılabilir. Kripto para dünyasına karşı tutumu ölçecek daha detaylı ölçekler geliştirilebilir ve internet kullanım süresine ve tarzına göre yapılan gruplama dışında tutumu etkileyen faktörler ölçülebilir. Kripto paraya karşı objektif farkındalık ölçülerek, bu farkındalığın kripto para dünyasına karşı olan tutum ile, internet kullanıcı gruplarıyla ve diğer değişkenlerle arasındaki ilişkilere bakılabilir.

### **Teşekkür**

Bu çalışmadaki katkılarından dolayı CoinTürk ailesine (www.coin-turk.com) ve katılım gösteren işletmelere teşekkürü bir borç biliriz.

### **Kaynaklar**

- Agee, J. (2009). Developing Qualitative Research Questions: A Reflective Process. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 22(4), 431-447.
- Arar, T. (2016). Z Kuşağında Kariyer Yönetiminde Yetenek Yönetimi. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi,.
- Aslantaş Ateş, B. (2016). Kripto Para Birimleri, Bitcoin ve Muhasebesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 349-366.
- Atik, M., Köse, Y., Yılmaz, B., & Sağlam, F. (2015). Kripto Para: Bitcoin ve Döviz Kurları Üzerine Etkileri. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(11), 247-261.
- Babaioff, M., S. Dobzinski, S. Oren, and A. Zohar, 2012, “On Bitcoin and Red Balloons,” mimeo, Erişim Adresi: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2229022>.
- Becton, J.B., Walker, H.J., Farmer, A.J.. (2014). “Generational Differences in Workplace Behavior”, *Journal of Applied Social Psychology*, 44, ss. 175-189.
- Bilir, H., Çay, Ş. (2016). Elektronik Para ve Finansal Piyasalar Arasındaki İlişki. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 21.31.
- Blockchain Capital. (2017). Bitcoin Survey Fall 2017. Erişim Linki: <https://www.survey.blockchain.capital/> Erişim Tarihi: 27.01.2018
- Cryptocurrency Market Capitalizations (2018). Erişim Linki: <https://coinmarketcap.com/> Erişim Tarihi: 10.02.2018
- Derzis, N. C., Shippen, M. E., Meyer, J. M., Curtis, R. S., Houchins, D. E. (2013). “Career Interests of Incarcerated Men: The Influence of Generational Differences”, *Journal of Offender Rehabilitation*, 2013, 393-406.

- Dinçer, B., Özasan, M., Kavasoğlu, T. (2003). İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Yayın No DPT 2671.
- Dirican, C., Canoz, İ. (2017). The Cointegration Relationship Between Bitcoin Prices and Major World Stock Indices: An Analysis with ARDL Model Approach. *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 4(4), 377-392.
- Dixon, G., Mercado, A., Knowles, B. (2013). "Followers and Generations in the Workplace", *Engineering Management Journal*, 25(4), 62-73.
- Dulupçu, M. A., Yiyit, M., Genç, A. G. (2017). Dijital Ekonominin Yükselen Yüzü: Bitcoin'in Değeri ile Bilinirliği Arasındaki İlişkinin Analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor15 Özel Sayısı), 241-2258.
- European Central Bank, 2012, "Virtual Currency Schemes," Erişim Adresi: <http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/virtualcurrencyschemes201210en.pdf>
- Eyal, I., & Sirer, E. G. (2014, March). Majority is not enough: Bitcoin mining is vulnerable. *In International conference on financial cryptography and data security*, ss. 436-454. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Gandal, N., & Halaburda, H. (2014). Competition in the cryptocurrency market.
- Gültekin, Y. (2017). Turizm Endüstrisinde Alternatif Bir Ödeme Aracı Olarak Kripto Para Birimleri: Bitcoin. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 96-113.
- Gültekin, Y., Bulut, Y. (2016). Bitcoin Ekonomisi: Bitcoin Ekosisteminden Doğan Yeni Sektörler ve Analizi, *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3), 82-92.
- Hahn, J. (2011). "Managing Multiple Generations: Scenarios from the Workplace", *Nursing Forum*, 46(3), 119-128.
- Hepkorucu, Ö. G. A., Genç, Ö. G. S. Finansal Varlık Olarak Bitcoin'in İncelenmesi Ve Birim Kök Yapısı Üzerine Bir Uygulama. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 47-58.
- Khalilov, M.; C., K., Gündebahar, M.; Kurtulmuşlar, İ., (2017). "Bitcoin ile Dünya ve Türkiye'deki Dijital Para Çalışmaları Üzerine Bir İnceleme", 19. Akademik Bilişim Konferansı, 8-10 Şubat 2017, Aksaray, <http://ab.org.tr/ab17/bildiri/100.pdf>, 15.02.2018.
- Koçoğlu, Ş., Çevik, Y. E., Tanrıöven, C. (2016). Bitcoin Piyasalarının Etkinliği, Likiditesi ve Oynaklığı, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 77-97.
- Low, K. F., & Teo, E. G. (2017). Bitcoins and other cryptocurrencies as property? *Law, Innovation and Technology*, 9(2), 235-268.
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system.
- Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A., & Goldfeder, S. (2016). Bitcoin and Cryptocurrency Technologies: A Comprehensive Introduction. Princeton University Press.
- SEGE-2011 Raporu. T.C. Kalkınma Bakanlığı İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması. Erişim Linki: <http://www3.kalkinma.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebContentGosterim.aspx?Enc=51C9D1B02086EAFB13C239EE2D6723BE> Erişim Tarihi: 13.02.2018.
- Sontakke, K. A., & Ghaisas, A. (2017). Cryptocurrencies: A Developing Asset Class. *International Journal of Business Insights & Transformation*, 10(2).
- Sönmez, A. (2014). Sanal Para Bitcoin, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(3), 1-14.
- Yermack, D. (2013). "Is Bitcoin a Real Currency?," NYU Stern School of Business, available at [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2361599](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2361599).
- Yüksel, A. E. B. (2015). Elektronik Para, Sanal Para, Bitcoin ve Linden Doları'na Hukuki Bir Bakış. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 73(2), 173-220.

## EKLER

### EK - 1

D1	Cinsiyetiniz	<input type="checkbox"/> Kadın	<input type="checkbox"/> Erkek						
D2	Eğitim durumunuz	<input type="checkbox"/> İlköğretim	<input type="checkbox"/> Lise	<input type="checkbox"/> Önlisans	<input type="checkbox"/> Lisans	<input type="checkbox"/> Lisansüstü			
D3	Gelir seviyeniz (aylık ₺)	<input type="checkbox"/> 1500 ve altı	<input type="checkbox"/> 1501-2500	<input type="checkbox"/> 2501-3500	<input type="checkbox"/> 3501-4500	<input type="checkbox"/> 4501 ve üstü			
D4	Yaş	<input type="checkbox"/> 18-29	<input type="checkbox"/> 30-39	<input type="checkbox"/> 40-49	<input type="checkbox"/> 50 ve üstü				
I1	Günlük ortalama internet kullanımı (tüm cihazlar)	<input type="checkbox"/> Hiç	<input type="checkbox"/> 1 saatten az	<input type="checkbox"/> 1-3 saat	<input type="checkbox"/> 3-5 saat	<input type="checkbox"/> 5 saatten çok			
I2	İnterneti genel kullanma amacı (çoklu cevap)	<input type="checkbox"/> İş	<input type="checkbox"/> Eğlence/Oyun	<input type="checkbox"/> Öğrenme/Araştırma	<input type="checkbox"/> Alışveriş/Ödeme	<input type="checkbox"/> Sosyal Medya	<input type="checkbox"/> Haberleşme	<input type="checkbox"/> Okuma (Kitap, gazete vb.)	
I3	<b>Kendinizi nasıl bir internet kullanıcısı olarak tanımlarsınız?</b>								
	<input type="checkbox"/> İnterneti okuyucu düzeyinde kullanıyorum								
	<input type="checkbox"/> Sosyal medya, forumlar vb aracılığı ile yorumlar yapıyorum								
	<input type="checkbox"/> Blog veya web sayfası vb. aracılığı ile içerik üretiyorum								
F1	<b>Kripto para (Bitcoin vb.) hakkında ne kadar bilgi sahibisiniz?</b>								
	<input type="checkbox"/> Çok şey biliyorum ve kripto para sahibiyim/sahibiydim								
	<input type="checkbox"/> Bilgi sahibiyim ancak kripto para sahibi değilim								
	<input type="checkbox"/> Kısmen bilgi sahibiyim								
	<input type="checkbox"/> Duydum ancak ne olduğunu bilmiyorum								
	<input type="checkbox"/> Hiçbir fikrim yok								
F2	<b>Aşağıdaki kripto paralardan hangilerini duydunuz? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz)</b>								
	<input type="checkbox"/> Bitcoin <input type="checkbox"/> Ethereum <input type="checkbox"/> Ripple <input type="checkbox"/> Cardano <input type="checkbox"/> Stellar <input type="checkbox"/> Litecoin <input type="checkbox"/> Bitcoin Cash <input type="checkbox"/> IOTA								
	<input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen Yazınız) .....								
	<b>Lütfen aşağıdaki sorulara 1 ile 5 arasında bir puan veriniz. (1- Kesinlikle katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Ne katılıyorum ne katılmıyorum 4- Katılıyorum 5- Kesinlikle katılıyorum)</b>								
T1	1- Kripto para dünyası bir balondur	1	2	3	4	5			
T2	2- Kripto para teknolojisi, finans dünyasına büyük bir yenilik getirmiştir	1	2	3	4	5			
T3	3- Kripto para teknolojisi, bilişim dünyasına büyük bir yenilik getirmiştir	1	2	3	4	5			
T4	4- 10 yıl sonra birçok insan kripto para kullanmaya başlayacaktır	1	2	3	4	5			
T5	5- Kripto paraların değer olarak bir karşılığı yoktur	1	2	3	4	5			
T6	6- Kripto paraya yatırım yapmak akıllıcadır	1	2	3	4	5			
T7	7- Kripto para risklidir	1	2	3	4	5			
T8	8- Kripto paranın daha çok işyerinde geçmesi daha iyi olurdu	1	2	3	4	5			
F3	<b>Sizce kripto paraya yatırım yapmak aşağıdaki yatırım türlerinden hangisine en çok benzemektedir? (Lütfen sadece 1 (bir) tanesini işaretleyiniz)</b>								
	<input type="checkbox"/> Döviz <input type="checkbox"/> Altın <input type="checkbox"/> Teknoloji şirketi hissesi <input type="checkbox"/> Banka hissesi <input type="checkbox"/> Diğer <input type="checkbox"/> Emin değilim								

D: Demografi I: İnternet Kullanımı F: Farkındalık T: Tutum

### EK - 2

Bize kısaca işletmenizden bahsedebilir misiniz? (İşletmenizin içinde yer aldığı sektör, yaptığınız iş, hangi ilde yer aldığınız, faaliyet kapsamını (yerel-ulusal-uluslararası) kısaca tarif edebilir misiniz?)	
Alışverişlerde ne zamandan beri kripto para kabul etmektesiniz ve hangi kripto paralar geçerli?	
İşletmenizde kripto para kullanma sebebinizden kısaca bahsedebilir misiniz? (Temel etmenler, motivasyon kaynağınız)	
Kripto para kullanmaya başladıktan sonra ne gibi değişimler gözlemlediniz? Mevcut durumdan memnun musunuz?	
Kripto para kullanmaya devam etmeyi düşünüyor musunuz? Sizce ilerleyen zamanlarda ne gibi değişiklikler olacaktır?	
Genel olarak kripto para dünyası hakkında düşünceleriniz nelerdir? Ekleme istediğiniz başka şeyler de varsa bu bölümde belirtebilir misiniz?	
Yanıtlayıcıya ait bilgiler	
İşletmedeki pozisyonu	<input type="checkbox"/> Sahibi <input type="checkbox"/> Ortağı <input type="checkbox"/> Yönetici <input type="checkbox"/> Diğer.....
Cinsiyeti	<input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
Eğitim durumu	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora
Yaşı	