



KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ CAR - Cappadocia Academic Review



**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences**



i. i. b. f.

KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ

CAPPADOCIA ACADEMIC REVIEW

CİLT 2 SAYI 1, Ocak-Haziran 2018
VOLUME 2 ISSUE 1, January-June 2018

KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ (KAB)
CAPPADOCIA ACADEMIC REVIEW (CAR)

Hakemli Dergi
Cilt 2/ Sayı 1

Dergi Sahibi

Prof. Dr. Alper ASLAN

Editörler

Prof. Dr. Alper ASLAN
Doç. Dr. Ahmet TANÇ

Editör Yardımcıları

Arş. Gör. Mesut TAŞTEKİN
Arş. Gör. Serdar ÇAKMAK

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER
Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK
Doç. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ
Doç. Dr. Ersan ERSOY
Doç. Dr. Oğuz ÖCAL
Doç. Dr. İlhan GÜLLÜ
Dr. Öğr. Üyesi Çağrı KAN

Dizgi

Arş. Gör. Ayşe Begüm KILIÇ

Kapak Tasarım

Uzm. Mehmet AKBAŞ

Yazışma Adresi ve İletişim Bilgileri

KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
2000 Evler Mahallesi Zübeyde Hanım Caddesi 50300 Nevşehir TÜRKİYE
Tel: +90 384 228 1000
Faks: +90 384 215 2010
e-posta: car@nevsehir.edu.tr

Kapadokya Akademik Bakış Dergisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF bünyesinde, yılda iki kez yayımlanan **hakemli ulusal süreli** bir dergidir. Dergide yer alan çalışmalarda yer alan düşünce, görüş, sav veya tezler yazara aittir. Yazarların görüşlerinden dolayı, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF sorumlu tutulamaz

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Ali KAYA	Nuh Naci Yazgan Üniversitesi
Prof. Dr. Angeliki MENEGAKI	Hellenic Open University, GREECE
Prof. Dr. Aviral Kumar TIWARI	Montpellier Business School, FRANCE
Prof. Dr. Ertuğrul DELİKTAŞ	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Ferit KULA	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Ganite KURT	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Haluk ALKAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. İlhan ÖZTÜRK	Çağ Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Kıymet ÇALIYURT	Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Muhammad SHAHBAZ	University Of Engineering&Technology (UET), PAKİSTAN
Prof. Dr. Muhittin KAPLAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nicholas APERGIS	University of Piraeus, GREECE
Prof. Dr. Seval SELİMOĞLU	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Songül ACER AVCI	Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Şaban UZAY	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Xavier RICHET	Université Sorbonne Nouvelle, FRANCE
Prof. Dr. Veysel ULUSOY	Yeditepe Üniversitesi

Alt Editör Yardımcıları

Arş. Gör. Burcu ŞİMŞEK YAĞLI	İşletme Bölümü
Arş. Gör. Hüseyin DEMİRHAN	İktisat Bölümü
Arş. Gör. Abdullah DİRİKOÇ	Kamu Yönetimi Bölümü
Arş. Gör. Ömer Serkan GÜLAL	Bankacılık ve Finans Bölümü
Arş. Gör. Sinem YILDIZ	Uluslararası İlişkiler Bölümü
Arş. Gör. Aykut Alper EKİNCİ	Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü
Arş. Gör. Sezen RAVANOĞLU YILMAZ	Diğer Bölümler

Bu Sayının Hakem Kurulu / Board of Refereesfor This Issue

Prof. Dr. Alper ASLAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Elif Yüksel OKTAY (Yalova Üniversitesi)

Doç. Dr. Korhan KARACAOĞLU (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Doç. Dr. Sebiha KABLAY (Ordu Üniversitesi)

Doç. Dr. İlhan GÜLLÜ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Doç. Dr. Emel PARLAR DAL (Marmara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ebru TOPCU (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi İlhan ARAS (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Metin REYHANOĞLU (Mustafa Kemal Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Murat AKTAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ARSLAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Derya SÜRMELIOĞLU PARLAR (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Dr. Altuğ GÜNAR

Editörün Sunuşu

Dergimizin ikinci senesinde de siz değerli okuyucularımızla olmak bizim için büyük bir sevinç kaynağıdır. Dergimiz Kapadokya Akademik Bakış (CAR) koyduğu hedefler doğrultusunda ilerleyerek, başarılı bir sayıyla daha karşınızdadır. Bu sayıda, oldukça zengin bir konu yelpazesine sahip olan İktisadi ve İdari Bilimler alanında yapılan farklı çalışmalara yer verilmiştir.

Bu sayımızda ilk olarak, Xavier Richet Birexit sonrası Avrupa'da yaşanması muhtemel olaylara dikkat çekmiştir. Çeşitli senaryolardan bahseden Richet, Avrupa'nın siyasi ve sosyal yapısından ve son dönemlerde yaşanan önemli olaylardan yola çıkarak hangi senaryoların yaşanmasının daha olası olduğunu açıklamıştır. Ardından Emrah Koçak, Finansal Gelişme ve İnovasyon üzerine Türkiye'de bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmasında ekonomik büyüme ve gelişmenin en önemli dinamiklerinden biri olarak kabul edilen yenilik (inovasyon) kavramını belirleyen faktörlerden bahsedilmiş ve ilgili faktörlerden olan finansal gelişmenin rolüne odaklanmıştır. Türkiye'de, 1974-2014 dönemi finansal gelişmenin yenilik performansı üzerindeki etkisi yıllık veriler ile birim kök testleri, Hatemi-j (2008) iki yapısal kırılmalı eşbütünleşme ve Stock ve Watson (1992) dinamik en küçük kareler tahmin yöntemleri kullanılarak araştırılmıştır. Üçüncü olarak Nizamettin Başaran çalışmasında finansal performansın değere dayalı ölçülmesinde Hissedar Katma Değeri(SVA) yaklaşımını açıklamıştır. Yaklaşımın ne amaçla kullanıldığı ve aldığı eleştirilerden bahsederek örnek uygulamasını gerçekleştirmiştir. Dördüncü olarak Lütfi Biçimveren ve Kemalettin Tanrıseven BRIC ülkelerinde GSYH'ye yapılan tasarruf ile GSYH'ye yapılan yatırımlar arasındaki ilişkiyi incelemiştir ve daha önceki çalışmalardaki bulgularla karşılaştırmıştır. Ardından Selami Güney 2026 Kış Olimpiyatları adaylığı çerçevesinde Erzincan bakır işletmeciliğinin günümüzdeki durumunu incelemiştir. Olimpiyatların bu el sanatının canlandırılması ve tanıtılması amacıyla kullanımının yöreye olası katkılarından bahsetmiştir. Son olarak Musa Çakır hizmet sektöründe marka farkındalığının Avrasyalı turistik tüketiciler üzerindeki önemini incelemiştir. Bu hususta marka kentlerin oluşturulmasının öneminden ve dikkate alınması gereken hususlardan bahsetmiştir.

Kapadokya Akademik Bakış (CAR) dergimize katkıda bulunan ve yayınlanmasında emeği geçen tüm hocalarımıza teşekkür eder, gelecek sayılarda sizlerle yeniden buluşmayı ümit ederim.

Prof. Dr. Alper ASLAN

Editor's Foreword

It is a great pleasure to be with our precious readers again in the second year of our journal. Cappadocia Academic Overview (CAR) continues to perform well with a successful new issue. In this issue, different studies were carried out in the field of Economics and Administrative Sciences, which has a very rich subject area.

In this issue firstly, Xavier Richet has pointed out possible outcomes of Brexit in Europe. Speaking of various scenarios, Richet explained what scenarios can be experienced by considering the political and social structures and events that emerged in Europe. Then Emrah Koçak has conducted a study on the Financial Development and Innovation in Turkey. In his work, factors that determine the concept of innovation, considered one of the most important dynamics of economic growth and development, are mentioned and focused on the role of financial development which is one of the relevant factors. Thirdly, Nizamettin Başaran explains the approach of Shareholder Added Value (SVA) in measuring financial performance based on value. He explains what purpose the approach is used for and mentions the criticism towards it then made a sample application. Fourthly, Lütfi Biçimveren and Kemalettin Tanrıseven examined the relationship between savings to GDP and investments to GDP and compare it with the previous studies. Then Selami Güney examined the present situation of the Erzincan copper process in the framework of the 2026 Winter Olympics candidacy. He talked about potential contributions of the Olympics to the use of this handicraft to promote it. Finally, Musa Çakır examined the importance of brand awareness in Eurasian tourist consumers in the service sector. He talked about the importance of creating brand cities and the issues to be taken into consideration during this process.

I would like to thank you again for all your comments regarding the publication and publication of Cappadocia Academic View (CAR), and I look forward to meeting you again in future issues.

Prof. Dr. Alper ASLAN

İÇİNDEKİLER

Editörün Sunuşu	v
İçindekiler	vii
Xavier RICHET Post-Brexit, Post-Populism: What Scenarios For Europe?	1-11
Emrah KOÇAK Finansal Gelişme Ve Yenilik (İnovasyon): Türkiye Üzerine Ampirik Bir Araştırma	12-28
Nizamettin BAŞARAN-Eyyüp Ensari ŞAHİN Finansal Performansın Değere Dayalı Ölçülmesinde Hissedar Katma Değeri (SVA) Yaklaşımı	29-38
Lütfi BİÇİMVEREN, Kemalettin TANRISEVEN Feldstein-Horioka Puzzle: Bric Countries Examples	39-50
Selami GÜNEY 2026 Kış Olimpiyatları Adaylığı Çerçevesinde Erzincan Bakır İşlemeciliğine Bir Bakış Ve Muhabese Kayıtları	51-60
Musa ÇAKIR Hizmet Sektöründe Marka Farkındalığının Avrasyalı Turistik Tüketiciler Üzerindeki Önemi: Marka Kentler	61-74
Yazar Rehberi	75

CONTENTS

Editor's Foreword	v
Contents	vii
Xavier RICHET Post-Brexit, Post-Populism: What Scenarios For Europe?	1-11
Emrah KOÇAK Financial Development And Innovation: An Empiricalresearch On Turkey	12-28
Nizamettin BAŞARAN-Eyyüp Ensari ŞAHİN Measuring The Value Based Management Of Financial Performance: A Shareholder Value Added Approach	29-38
Lütfi BİÇİMVEREN, Kemalettin TANRISEVEN Feldstein-Horioka Puzzle: Bric Countries Examples	39-50
Selami GÜNEY An Overview On The Erzincan Copper Process As A Nominee For The Olympic Winter Games 2026 And Related Accounting Records	51-60
Musa ÇAKIR The Importance Of Brand Awareness On The Europeantouristic Consumers In The Service Sector: Brand Cities	61-74
Author Guidelines	75

POST-BREXIT, POST-POPULISM: WHAT SCENARIOS FOR EUROPE?

Xavier RICHEL*

Abstract

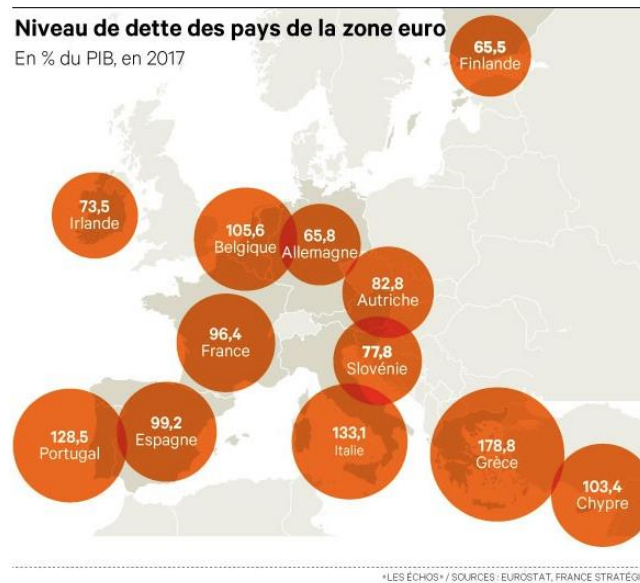
Three significant events have taken place in recent months of the year 2017. First, in Rome, the celebration of the 60th anniversary of the signing of the Treaty of Rome, where the President of the Commission presented the White Paper on the Future of Europe (European Commission, 2017), considering the continuation of the European construction in a differentiated way (multi-speed Europe). This event was followed, in May 2017, by the victory of Emmanuel Macron in the French presidential election on the basis, in particular, of a pro-European program claimed to promote enhanced cooperation with plans to create a ministry Eurozone finances, the creation of a fund for the financing of digital innovation, strengthen the EU defence and intelligence. Its pro-European commitment seems to have temporarily put an end to the EU bashing (Delaume & Cayla, 2017) that could be read in the press and heard in the speeches of many politicians in Europe. This commitment, announced during a speech at the Humboldt University in Berlin in January 2017 was confirmed, the third milestone event, by two speeches, one in Athens, the other at the Sorbonne in September 2017 which spell out the vision of the new President to engage Europe in a federal leap.

Key Word: Post-brexite, Brexit, European Union, Referendum of Great Britain, Economic and Monetary Union

The economic recovery in Europe heralds the end of the long stagnation that the EU has entered in the wake of the subprime crisis and gives some hope in terms of job creation and investment, even if the recovery remains fragile, many countries in the area are still heavily indebted (Figure 1).

* Prof. Dr., Emeritus Professor of Economics, University of the Sorbonne Nouvelle and Jean Monnet Chair and personam of Economics of European Enlargements

Figure 1: Debt level of euro area countries



Source: Les Echos

The failure of the "populist" candidates in the Netherlands and especially in France in recent national elections suggests the decline of sovereignist currents that have developed in recent years in several countries of the Union. But one swallow doesn't make a summer. Recent consultations in Austria and the Czech Republic show the prevalence of euroscepticism. The claim of an "illiberal" democracy advanced by the Hungarian and Polish leaders is also part of this current of distrust towards the EU. The result of the last German legislative elections suggests a weakening of the chancellor's power and leadership at the EU level.

European leaders bear a great deal of responsibility for this situation, which is due to the compromise between sovereignty and federalism that led to the creation of the EU. The attitude of the Commission and Council in the face of the crisis has revealed deep divisions among the different EU States. The crisis exposed the fragility of the construction on which the Euro was based, a non-sovereign common currency, limited by the absence of mechanisms for managing and pooling the debts of the various states.

European leaders will have to make choices and implement policies to boost growth, help address the causes of European citizens' disinterest in a Union that has failed to produce what they expect in terms of jobs, well-being, protection, to answer to asymmetric shocks.

In this contribution, after recalling the main factors behind the Euro crisis (section 1), we look at the future of the European Union by presenting several scenarios (section 2). These scenarios are contrasted with the proposals contained in the *White Paper on the future of Europe* presented by the President of the European Commission and the two speeches by President Macron in Athens and the Sorbonne (section 3).

1. WHAT REVEALED THE SUBPRIME CRISIS.

The EU was a collateral victim of the subprime crisis which was triggered in the United States in 2007/2008. The effects of this crisis quickly spread to the financial sector of the European Union, revealing the weaknesses in the construction and operation of the Euro, the mechanisms for allocating capital, revealing the strong asymmetries on the Eurobonds market. For the initiators of the single currency, the Euro crisis could not happen thanks to the Stability Pact (Maastricht criteria for debt and budget deficit) and convergence policies. Nevertheless, it has revealed significant interest rate differentials on the Eurobond market, putting some countries on the brink of bankruptcy. The reputation effect of Germany has allowed some states to borrow at low rates to finance risky, low-profit projects. The crisis has led the European authorities to put in place resource mobilization mechanisms to support and refinance the most affected economies by creating, after tough negotiations, specific mechanisms (European Stability Mechanism). At the same time, they imposed draconian debt consolidation plans on Greece in return for its continuation in the euro zone. Absence of mutualisation of debts, strict respect of the Maastricht criteria, adjustments at the margin: European leaders after many meetings did not solve the causes that led to this crisis.

The crisis has revealed several dysfunctions. The weakness of the Union's own resources (1% of the GDP of the member countries) limits the financing capacities in

the face of asymmetric shocks, they do not make it possible to finance stimulus programs (in particular the Juncker plan). Moreover, tax disparities between Member States lead to major distortions and fuel the tax dumping policies practiced by some countries both in the West (Ireland) and in the East (Bulgaria, Cyprus, Malta).

2. AFTER BREXIT: WHAT SCENARIOS?

The results of the referendum on the exit of Great Britain from the European Union (Brexit) caused a shock in all the countries of the Union. The fear is that some countries are tempted to follow this example. The difficulty of leaving the EU, the high cost that it would entail, quickly put an end to any inclinations displayed by certain political parties, both in western (France) and eastern (Poland, Slovakia). The UK government and the European Commission, over the next two years, must come to an agreement on the modalities of separation. Difficult negotiations have begun because, concentrating on important issues such as assessing differences in the valuation of the financial amounts to be paid by Great Britain (20 or 60 billion €?) before discussing the commercial status to grant to Britain after the separation? Achieving Brexit is proving difficult to implement, it may not happen in 2019 but later, or never even as the British press suggests. We are far from the "hard Brexit". The buoyant wind that was to lead Britain to the open sea has weakened, we entered a contravened globalization with the American retreat. Is there a future for an isolated country outside the major regional groups formed by the EU, the United States and China?

It is in this post-Brexit, post-populism, federalist push that we envisage the possible futures of Europe around four scenarios.

Scenario 1: The status quo or "The improvement of the existing system".

Here is a well-known formula of (non) Soviet and East European reformers at the time of socialism. The system is fundamentally good, we just have to make a few reforms, better control the Commission, make it more transparent, reduce the regulations, review the principles of subsidiarity, show the European people that the EU is defending their interests and acting for their benefit. The relaxation of the austerity plans, of the Maastricht criteria would give more oxygen to national economies,

especially today mired in the crisis. The launch of large-scale actions (Juncker plan) could be expected to boost employment in many sectors with a visible transboundary effect. This was the most likely scenario before the French election because, fundamentally, it maintained the status quo, preserving the balance between federalism and sovereignty. He left aside the questions that anger (taxation, budget, policy of the European Central Bank (ECB), the issue of posted workers, that of emigration). In this context, the most important problems are dealt with piecemeal measures. Nonetheless, the creation of a European Stability Mechanism, the implementation of banking reform that has been initiated, and important innovations have been introduced in this context.

Scenario 2: The Federalist Jump: "Concentricity and Variable Geometry".

We find here an old idea that returns to the front of the scene like a sea snake but with a lot of insistence since the election of the new French president. It advocates the refocusing of integration around a small circle of member countries ready to engage in a federal process: increased budgets, deep financial integration, strategic investments, increased research and development spending. This strategy seeks to create strong positive externalities that can spread to other circles, in return leaving the Member States with actions that produce little (Artus & Virard, 2017).

The EU would thus be divided into two parts: those of the Euro zone, on one side, those of the different circles, on the other. Four levels could thus be envisaged (The Economist, 2017): At the center would be the 19 Eurozone member countries that would deepen their political and economic integration. Then there would be other EU members including countries outside the Eurozone, possibly defectors from the first circle who cannot or will not bear the constraints arising from belonging to the Eurozone (Greece, for example?) without damaging the functioning of the single currency. A third would consist of countries not wishing to join the EU but wishing to participate fully in the single market by complying with all the obligations related to this association including legal (European Court of Justice): the countries of the European Economic Area (Iceland, Norway, Liechtenstein) and Switzerland. Finally, a final circle would bring together countries seeking a comprehensive and deep free trade agreement with, possibly for some of them, membership in specific programs (defense,

security). There would be Great Britain, some countries of the Western Balkans, later, other countries like Moldova, Ukraine could join.

The application of this scenario would face many difficulties: politically how to make accept and impose a demotion in the second and third circles? How to make coherent and articulate policies towards these different circles? How to ensure that the benefits of the federal effect within the first circle spread cascading to others?

Scenario 3: "One euro for all, one national euro for each country".

The prolongation of the crisis, the inability to reduce budget deficits in the euro area, the fragility of the banking system in several member countries would lead to the questioning of the Economic and Monetary Union (EMU). It would be a question of transforming the euro into a common currency by abandoning its character of single currency. It is a return to monetary independence that would allow the application of national economic policies to promote employment, exports with the risk of fueling inflation and increasing public deficits, to return repeatedly to competitive devaluations. At the European level, this monetary easing would lead to strong tensions, it would bring out a hybrid, Neuro to the north, Seuro to the south. Finally, it would be both a regression compared to what was created, resulting in a loss of value for the "national €" of the south and the announcement of the beginning of the end: unraveling the single currency, reintroduction of the monetary snake, a compromise between fixed exchange and floating exchange that preceded the creation of the ECU and the Euro. Many scholars have analyzed the limits of the European Monetary System and proposed alternative models and exit strategies for the Euro. The gradual dismantling of the Euro would herald return to the national currencies, as states thought they could regain room for maneuver by using the monetary variable to promote stimulus policies. Meanwhile, the change of currency would have a strong negative impact with a sudden loss of value of savings what French voters (« citizens-savers ») have understood, leading the leaders of left and right sovereignist parties to place their inclinations to get out of the Euro under the bushel. In Italy, former Prime Minister Berlusconi has revived the idea of a dual currency, national to boost domestic demand, investment, common vis-à-vis the rest of the world. Bad money chases the good, certainly economic agents would hoard

their Euro, further weakening the "national" currency contributing to further weaken the Italian economy.

Scenario 4: "Fragmentation of the EU and new regional polarity".

The failure of European leaders to revive growth, to reform the governance of institutions, to allocate sufficient resources to finance sectoral and integration programs, particularly in the direction of accession countries (Western Balkans), the permanence of disagreements and conflicts with some new member states (Poland, Hungary), growing income, employment and debt gaps between member states can fuel strong anti-European sentiments among the 28-1 population. The success of new Brexit-type consultations could lead, in the medium term, to the fragmentation of the EU leading, ultimately, to its disappearance.

After an Atlantic pole (Great Britain) one would thus witness a configuration that would see the emergence of a Germanic pole associating the countries of Northern Europe and the German hinterland (the "dependent capitalisms"(Hungary, Poland, Czech Republic, Slovakia) whose industrial revival comes from the massive investments made by Germany, Austria and other EU countries (Richet 2016).

A southern Europe cluster around France, Spain and Italy would benefit from its proximity and links with southern Mediterranean countries, even though these countries offer mixed growth prospects in an economic area. segmented (frozen economic relations between Morocco and Algeria, failure of the UMA single Maghreb market) and uncertain (Algerian succession, Tunisian political instability, fragility of the social balance in Morocco), without forgetting Libya in the grip of deep divisions. Some southern countries (Morocco) see the value of such cooperation: the association with the northern Mediterranean countries would better penetrate the markets of sub-Saharan Africa. For Algeria, this would be an opportunity to ensure the structural adjustment of its economy that the various governments have been unable to provide for decades by mooring it to the northern Mediterranean countries.

Finally, in the south-east of Europe, we would find the countries left behind, Bulgaria, Romania and the Western Balkans, which from the periphery would return to the periphery (Berend 1996). The big bang, (the simultaneous entry into the EU) of the

countries currently in accession desired by some (Balkans in Europe Policy Advisory Group 2014) will not take place. The countries of the Western Balkans, under pressure from the EU, have for years been applying "stability" policies in order to fulfill the conditions for future membership as the prospects for integration move away (The Balkans in Europe Policy Advisory Group (2017): Their horizon today, following the Trieste Summit in July 2017, is to enter a *Western Balkans Regional Economic Area*, a discounted common market that can be considered as an airlock. waiting for better days.

It is this pessimistic scenario that could emerge in the case of the disintegration of the EU authorities. The end of the integration perspectives could pave the way for cooperation between the old components, it would allow strong interference with third countries, especially with Russia, Turkey and even China present in the 16 + 1 Association. (Richet 2017). It could also fuel new conflicts in the region, including the break-up of Bosnia and Herzegovina, tensions in Kosovo, two states whose construction and viability are ensured by the Western powers. Further north, it would weaken the Baltic States, or even Poland, against Russia. Finally, beyond the Union, it would leave the way open to Russia in its territorial dismemberment and reconquest (Ukraine).

3. SEVERAL NUANCES OF FEDERALISM? FROM THE WHITE PAPER OF THE EUROPEAN COMMISSION TO THE PROPOSALS OF EMMANUEL MACRON

Commission proposals

The proposals put forward by the President of the European Commission Jean-Claude Juncker in March 2017 in the White Paper on the future of Europe (Box 1) and in September 2017 (State of the Union address to the European Parliament) break with the wait-and-see attitude that prevailed in recent years, perhaps anticipating future changes on the French and German side, but also because of more favorable winds (economic recovery in the EU).

Box 1: The five scenarios on what could be the state of the Union by 2025

- Scenario 1: Making a Difference - The EU-27 is committed to implementing its program of positive reforms, in the spirit of the 2014 Commission Communication "A new impetus for Europe And the Bratislava Declaration adopted in 2016 by all 27 Member States.

- Scenario 2: Nothing but the single market - The EU-27 is gradually refocusing on the single market as the 27 Member States are unable to find common ground in a growing number of policy areas.

- Scenario 3: Those who want more do more - The EU-27 continues as it does today but allows member states that wish to do more together in specific areas such as defense, internal security or social affairs. One or more "coalitions of volunteer countries" emerge.

- Scenario 4: Do less but more effectively - The EU-27 focuses its efforts on selected areas of action where it delivers more results more quickly, and reduces its interventions in areas where its action is perceived as n having no added value. She focuses her attention and limited resources on the areas she chooses.

- Scenario 5: Doing much more together - Member States decide to pool more powers, resources and decision-making across all sectors. Decisions are adopted in shorter time at European level and are quickly implemented.

Source: European Commission (2017)

The White Paper envisages five scenarios and lays the foundations for a European integration with variable geometry, even *à la carte* in a more coherent framework (departure of the UK, accession of the other countries to the Eurozone, reduction of the possibilities of getting away from certain obligations (opt out) of which the UK was beneficiary.

The integration at several speeds a priori scares the New Member States, the countries waiting (Western Balkans), but it is not a novelty since there is already a

Europe "à la carte": Euro zone and non Euro, Shenghen area. The fear, for those who are not among the "leaders of rope", is to feel relegated to another category and to see the waiting time to reach the first circle.

The proposals in the White Paper focus on both Europe's governance, priority areas for action, and subsidiarity issues. However, they reaffirm the obligations of member countries (27) to move towards a Euro zone (after the departure of Great Britain, there is more opt out than for Denmark).

In his State of the Union Address (Juncker 2017), the President of the Commission presents his vision of integration, particularly with regard to the reinforcement of the Euro zone, the creation of a budget for the area, the establishment of a Ministry of Economy and Finance of the zone, finally the transformation of the European Stability Mechanism (which was created during the crisis of the Euro) in the European Monetary Fund.

The proposals of the French president

Bold, these proposals constitute a break with previous practices including the coordination of a vague set that has fueled disappointments on the European project. In his proposals, the President takes up the idea of a multi-speed Europe, which already exists in several areas. The idea, compared to the White Paper, is to give more impulses, to release a vanguard of countries (in fact Germany and France) with the idea to lead others around several proposals concerning governance, the strongest integration, various sectoral actions (innovation, defense, sustainable development). The focus is on strengthening the euro area, common taxation, and at the same time on future enlargements. On the other hand, it circumvents the problematic issue with Germany: macroeconomic stability and debt reduction vs. Mutualization of the debt.

While the project has been well received in several capitals, it remains to be seen how these proposals, as well as those contained in the White Paper, will be set to music by gathering the support of the 27 member countries.

CONCLUSION

After the (temporary?) failure of populism, the proposals of the European Commission and then the election of the new French president and his *pro domo* plea for the construction of a more federalist Europe, take us away from scenarios 3 and 4. It is therefore around scenarios 1 and 2 that the reflection of European decision-makers will initially focus and that new compromises and solutions will emerge to revitalize a growth and well-being project. The blockages and various oppositions to engage in a federalist trajectory can bring us back to scenario 1 or closer to scenario 3. It remains to be seen whether European leaders will want to impose a new course on integration and strengthening of the European Union.

Reference

- Artus Patrick, Marie-Paule Virard (2017) : *Euro. Par ici la sortie ?* Paris, Fayard
- Berend, Ivan T. (1996): *Central and Eastern Europe, 1944-1993. Detour from the Periphery to the Periphery*, Cambridge, CUP
- Coralie Delaume, David Cayla (2017): *La fin de l'Union européenne*, Paris, Michalon
- Discours du Président de la République, Emmanuel Macron, à la Pnyx, Athènes le jeudi 7 septembre 2017, Elysee.fr
- European Commission (2017): White Paper on the future of Europe. Reflections and scenarios for the EU27 by 2025, Brussels, EU
- Glenny Misha (2012): *The Balkans. Nationalism, War and the Great Powers. 1802-2012*. Londres, Granta
- Juncker Jean-Claude (2017) : Discours sur l'état de l'Union 2017, Bruxelles, Commission européenne, le 13 septembre 2017
- Richet Xavier (2016): "Regional Development and Intra-Firm Networks in the Enlarged European Union: the Role of Foreign Direct Investment", in Xavier Richet& Srdjan Redzepagic (2016): *Western Balkans Integrating in the EU: Challenges, Policies, Issues*, Nice, CEMAFI international
- Richet Xavier (2017): "L'initiative Belt and Road" in *Recherches internationales*, août-septembre
- Balkans in Europe Policy Advisory Group: (2014): *The Unfulfilled Promise. Completing the Balkan Enlargement* Centre for Southeast European Studies, University of Graz
- The Balkans in Europe Policy Advisory Group (2017): *The Crisis of Democracy in the Western Balkans. Authoritarianism and EU Stabilitocracy*, Centre for Southeast European Studies, University of Graz
- The Economist (2017): *The Future of the European Union*, Special Report, March 25th
- Wolf Martin (2017): "Emmanuel Macron and the battle for the Eurozone" *Financial Times* 17/05/2017
- Commission européenne (2017): *Le livre blanc sur l'avenir de l'Europe. Cinq scénarios*, Bruxelles, Commission européenne

FİNANSAL GELİŞME VE YENİLİK (İNOVASYON): TÜRKİYE ÜZERİNE AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA

Emrah KOÇAK*

Öz

Yenilik, ekonomik büyüme ve gelişmenin en önemli dinamiklerinden biri kabul edilmektedir. Bu önemden dolayı, çok sayıda araştırma yenilik performansını belirleyen faktörler üzerine yoğunlaşmıştır. Bu çalışma ilgili faktörlerden finansal gelişmenin rolüne odaklanmıştır. Bu amaç çerçevesinde, 1974-2014 dönemi Türkiye’de finansal gelişmenin yenilik performansı üzerindeki etkisi yıllık veriler ile araştırılmıştır. Araştırmada birim kök testleri, Hatemi-j (2008) iki yapısal kırılmalı eşbütünleşme ve Stock ve Watson (1992) dinamik en küçük kareler tahmin yöntemleri takip edilmiştir. Araştırma sonucunda finansal gelişme ve yenilik arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı doğrulanmıştır. Bu ilişkiye göre, finansal gelişmenin yenilik performansı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu görülmüştür. Türkiye için elde edilen sonuçlar, finansal sistemin ulusal yenilik alt yapısının önemli bir bileşeni olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın sonuç kısmında, finansal gelişme- yenilik ilişkisi kapsamında çeşitli politika önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Finansal Gelişme, Yenilik (İnovasyon), Türkiye, Eşbütünleşme, Dinamik En Küçük Kareler (DOLS)*

FINANCIAL DEVELOPMENT AND INNOVATION: AN EMPIRICAL RESEARCH ON TURKEY

Abstract

Innovation is considered one of the most important dynamics of economic growth and development. Because of this importance, numerous researches examine the factors that determine innovation performance. This study focuses on the role of financial development from the relevant factors. Within this framework, the paper investigates the influence of financial development on innovation performance in Turkey by employing annual data from 1974-2014. Unit root tests, Hatemi-J (2008) co-integration test with two structural breaks and Stock and Watson (1992) dynamic least squares estimation methods are followed. As a result of the research, the existence of a long-term relationship between financial development and innovation is confirmed. According to this relationship, financial development has a positive effect on innovation performance. The results for Turkey reveal that the financial system is an important component of the national innovation infrastructure. In the conclusion of the study, various policy proposals are presented within the context of financial development-innovation relationship.

Keywords: *Financial Development, Innovation, Turkey, Co-integration, Dynamic Least Squares (DOLS)*

* Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, emrahkocak@erciyes.edu.tr

GİRİŞ

Yenilik, hem firmalar hem de ülkeler düzeyinde rekabet avantajı sağlayan ve uzun dönemli ekonomik büyümeyi destekleyen önemli bir itici güçtür. Yenilik ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye yönelik kuramsal temellerin başlangıcı Schumpeter (1934)'in çalışmasına kadar gitmektedir. Schumpeter (1934), yeniliğin yaratıcı yıkım sürecini teşvik etmesinden dolayı ekonomik büyüme sürecinde önemli bir rolü olduğunu vurgular. Bu yaklaşıma göre, Sanayi devriminden bu yana girişimciler karlarını arttırmak için sürekli yeni ürünler, yeni üretim ve yönetim modelleri geliştirmektedir. Yenilik sürecini takip etmeyen girişimciler ise rekabet güçlerini kaybederek piyasadan silinmektedir. Bu nedenle, girişimciler belirli dönemlerde yeni teknolojiler ortaya çıkarmakta, bu teknolojiler eskisini yok ederek ekonomik yapıyı kökten değiştirmekte ve dinamikleştirmektedir. Dolayısıyla ekonomik büyüme süreci temelde birbirini takip eden yeniliklerin ortaya çıkışına (ve yıkım süreçlerine) bağlıdır. Schumpeter (1934) ve sonrasında, çok sayıda araştırma yeniliklerin ekonomik büyüme üzerindeki önemini ortaya koymuştur (Romer, 1990; Aghion ve Howitt, 1992; Freeman, 2002; Verspagen, 2005).

Yeniliğin ekonomik büyüme sürecindeki öneminden dolayı, literatürde “Ulusal düzeyde yeniliği belirleyen faktörler nelerdir?” sorusu dikkate değer bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bu araştırmalarda yeniliğin araştırma –geliştirme (AR-GE) harcamaları, eğitim kalitesi/beşeri sermaye ve endüstriyel kümelenmelerdeki uzmanlaşma gibi faktörler ile doğrudan ilişkili olduğu vurgulanmaktadır. Ancak bu faktörler dışında altyapı, ekonomik ve politik kurumsal çevre, dışa açıklık, mülkiyet haklarının güçlü bir şekilde korunması ve girişimcilere sağlanan teşvikler de diğer önemli faktörler olarak göze çarpmaktadır (Meierrieks, 2014). Diğer taraftan firmaların yenilik çabalarının riski ve başarısızlık olasılığı yüksektir. Çünkü yenilik süreci büyük yatırımlar gerektirir. Bu yatırımların başarısı ise önceden tahmin edilemeyen pek çok faktöre bağlıdır (Holmstrom, 1989). Benzer şekilde Porter (1992), firmalar için yeniliklerin hem fiziksel hem de maddi olmayan varlıklara yapılan sürekli yatırımdan kaynaklandığını vurgular. Bu nedenle girişimcilerin daha kolay kredilere ulaşması ya da

finansal gelişmeyencilik çabaları için kritik bir öneme sahiptir (Schumpeter, 1934). Özellikle gelişmiş bir finansal sisteme sahip ülkeler kaynakları harekete geçirme, tahsis etme ve riskleri çeşitlendirme konusunda daha başarılıdır. Böyle bir finansal sistemde işlem maliyetleri düşmekte ve karlı ancak riskli yenilik projelerine daha fazla fon aktarılabilir (Ho vd., 2017). Eğer yenilikçi firmaların finansal kısıtlamaları büyükse yenilik çabalarının başarılı sonuç verme ihtimali o kadar düşük olmaktadır. Bu sebeple gelişen bankacılık sistemi ve sermaye piyasalarının varlığı büyüme teşvik etmek ve yenilikçi firmaların hayatta kalmasını sürdürmek için farklı dış finansman şekilleri sağlama konusunda çok önemlidir (Tee vd., 2014).

Diğer taraftan kredi piyasalarının yenilik cesaretini kırıncı bir etkisinin de olabileceğini belirtilmektedir (Stiglitz, 1985; Rajan, 1992; Hsu vd., 2014;). Bu yaklaşıma göre ilk olarak, kredi sözleşmelerinin yapısının yenilikçi firmalar için uygun olmayabileceği belirtilmektedir. Çünkü yenilik çabalarının getirileri belirsiz ve dalgalı olmaktadır. İkincisi, güçlü bankaların sıklıkla kurulu firmaları koruduğu ve bu yönüyle yenilikçi çabaları bastırıldığı vurgulanmaktadır. Bu yapı özellikle genç yenilikçi firmalar için önemli bir sorun oluşturmaktadır. Üçüncüsü, kredi piyasalarının daha geleneksel işlere ve düşük riskli projelere yatırım yapma konusunda doğal bir eğilimin olduğu ifade edilmektedir. Dördüncüsü, araştırma-geliştirme harcamaları gibi maddi olmayan varlıkların sınırlı teminat değeri bulunmaktadır. Maddi olmayan varlıkların bu özelliği, firmaları borç finansmanına erişim konusunda büyük ölçüde kısıtlamaktadır. Bu durumdaki firmalar, finansal gelişmeden yeterince fayda sağlayamamaktadır.

Literatürdeki ilgili tartışmalardan hareketle, bu çalışma 1974-2014 dönemi Türkiye’de finansal gelişmenin yenilik performansı üzerindeki etkisini yıllık verileri ile araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın literatüre iki yönde katkı sağlaması beklenmektedir. Birincisi, araştırma için Hatemi-J (2008) yapısal kırılmalı eşbütünleşme yöntemi takip edilecektir. Bu yöntemin geleneksel eşbütünleşme yöntemlerine göre temel avantajı, değişkenler arasındaki ilişkiyi etkileyebilecek ekonomik krizler, teknolojik şoklar, kurumsal gelişmeler, politika ve rejim değişimleri gibi pek çok yapısal kırılmaları tahmin aşamasında dikkate almasıdır. Bu sayede

değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki hakkında daha güvenilir bulgulara ulaşılmaktadır. İkincisi, yenilik-ekonomik büyüme ve finansal gelişme-ekonomik büyüme ilişkisine yönelik geniş bir literatür mevcuttur. Ancak finansal gelişmenin yenilik üzerindeki etkisine yönelik az sayıda ampirik araştırma bulunmaktadır (Maskus vd., 2012; Hsu vd., 2014). Bu çalışma ile beraber Türkiye için elde edilecek bulgular literatüre ampirik yönde bir katkı sağlayacaktır.

Çalışmanın geri kalan kısmı şu şekilde düzenlenmiştir. İkinci bölümde ampirik literatür değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde model, veri seti ve ön bulgular ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ekonometrikyöntem ve temel bulgulara yer verilmiştir. Sonuç bölümü olan beşinci bölümde bulgular değerlendirilmiş ve çeşitli öneriler sunulmuştur.

1. LİTERATÜR

Finansal gelişme-yenilik ilişkisine yönelik çok sayıda çalışma finansal gelişmelerin yenilikleri teşvik ettiği görüşünü desteklemektedir (Benfratello vd.2008; Girma vd., 2008; Hanley vd., 2011; Maskus vd., 2012; Tee vd., 2014). Birkaç araştırma yaygın görüşün aksine finansal gelişmelerin yenilik performansı üzerinde negatif bir etkisi olduğu bulgusuna ulaşmıştır (Hsu vd., 2014; Aristizabal-Ramirez vd., 2017). Bazı çalışmalar ise finansal gelişme ile yenilik arasında anlamlı ilişki elde edememiş ya da finansal gelişmeyi temsil eden faktörler açısından farklı bulgulara ulaşmıştır. Örneğin Brown vd. (2015), 1990-2007 dönemi 32 ülke için kredi piyasasındaki gelişmelerin yenilik performansı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan, hisse senedi piyasasındaki gelişmelerin yenilik performansını pozitif yönde etkilediği bulgusunu elde etmiştir. Meierrieks (2014), 1993-2008 dönemi 51 ülkede finansal gelişmelerin yenilik performansını pozitif yönde etkilediği; diğer taraftan banka krizlerinin yenilik performansı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını sonucuna ulaşmıştır. Ho vd. (2017) finansal gelişme-yenilik ilişkisini kurumsal bir çerçevede ele almıştır. Araştırmada 1970-2010 dönemi 69 ülkede (a) finansal gelişmenin güçlü demokrasilere (kurumlara) sahip ülkelerde ve (b) hisse senedi piyasasındaki

gelişmelerin ise zayıf demokrasilere (kurumlara) sahip ülkelerde yenilik performansını pozitif yönde etkilediği sonucunu elde etmiştir.

Literatürden farklı olarak Law vd. (2017) finansal gelişme-yenilik arasında doğrusal olmayan ilişkinin olabileceğini belirtmiştir. Bu kapsamda 1996-2010 dönemi 75 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede finansal gelişme ile yenilik performansı arasında ters U şeklinde bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu ilişkiye göre finansal gelişme belirli bir düzeye kadar yenilikleri pozitif yönde etkilemektedir. Ancak finansal gelişme belirli bir düzeye ulaştıktan sonra yenilik performansını üzerinde negatif bir etkisi bulunmaktadır. Law vd. (2017) böyle bir ilişkinin sebebi olarak, finansal gelişme belirli bir düzeye ulaştıktan sonra (a) daha fazla kredi sözleşmelerinin faiz oranlarını arttıracaklarını ve (b) finansal piyasadaki aracı kuruluşlar arasında tek el ya da oligopoleğilimlerin ortaya çıkacağını göstermektedir.

Tablo 1’de literatürdeki ampirik çalışmalar ele alınan ülke ve dönem, uygulanan yöntem, kullanılan finansal gelişme ve yenilik göstergeleri ve ulaşılan bulgular kapsamında özet olarak raporlanmıştır.

Tablo 1: Literatür Özeti

Yazar(lar)	Ülke(ler)/ Dönemler	Yöntem	Finansal Gelişme Göstergesi	Yenilik Göstergesi	Bulgular
Benfratello vd. (2008)	İtalya (Firma düzeyinde) 1991-2000	Panel Logit Model	Banka şube sayısı	AR-GE harcamaları	Bankacılık ve finans sektöründeki gelişmeler, yüksek teknoloji sektöründeki şirketlerin, küçük şirketlerin ve dış finansmana bağımlı şirketlerin yenilik performansını pozitif yönde etkilemektedir.
Girma vd. (2008)	Çin (Firma düzeyinde) 1999-2005	Panel Tobit model, GMM	Özel sektöre sağlanan krediler	AR-GE harcamaları	(1) Finansal gelişme yenilik performansını pozitif yönde etkilemektedir. (2) Yurtiçi banka kredilerine kolay erişimi olan şirketler diğerlerine göre daha fazla yenilik yapmaktadır.

					(3) Finansal gelişmenin yenilik üzerindeki etkisi kamu kuruluşları için daha zayıftır.
Hanley vd. (2011)	Çin (31 Eyalet) 2001-2004	Panel OLS, FE, RE	Özel sektöre sağlanan krediler, Tasarruf oranı	Patent başvuru sayısı	Bölgesel düzeyde finansal gelişmenin yenilik performansı üzerinde pozitif etkisi bulunmaktadır.
Maskus vd. (2012)	18 OECD ülkesi (İmalat sanayi düzeyinde) 1990-2003	Panel OLS	Özel sektöre sağlanan krediler, Likit borçlar, Piyasa kapitalizasyon oranı	AR-GE yoğunluğu (AR-GE/Hâsıla)	Finansal gelişmenin yenilik performansı üzerinde pozitif bir etkisi bulunmaktadır.
Meierrieks (2014)	51 ülke 1993-2008	Panel OLS	Likit varlıklar, Özel sektöre sağlanan krediler	Patent başvuru sayısı	(1) Finansal gelişmenin yenilik performansı üzerinde pozitif bir etkisi bulunmaktadır. (2) Banka krizlerinin yenilik performansı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.
Tee vd. (2014)	7 Doğu Asya ülkesi 1998-2009	RE	Özel sektöre sağlanan krediler, Piyasa kapitalizasyon oranı, Hisse senetlerinin değeri ve işlem hacmi	Patent başvuru sayısı	Finansal gelişmenin yenilik performansı üzerinde pozitif bir etkisi bulunmaktadır.
Hsu vd. (2014)	Gelişmiş ve gelişmekte olan 34 ülke 1976-2006	GMM	Özel sektöre sağlanan krediler, Piyasa kapitalizasyon oranı	Patent sayısı, yüksek teknolojili ürün ihracatı ve bilimsel ve teknik makale sayısı	(1) Kredi piyasalarındaki gelişmeler yenilik performansını negatif yönde etkilemektedir. (2) Hisse senedi piyasasındaki gelişmeler yenilik performansını pozitif yönde etkilemektedir.
Brown vd. (2015)	32 ülke (1990-2007)	Panel OLS, 2SLS	Özel sektöre sağlanan krediler, Piyasa kapitalizasyon oranı	AR-GE harcaması	(1) Hisse senedi piyasasındaki gelişmeler yenilik performansını pozitif yönde etkilemektedir. (2) Kredi piyasasındaki gelişmelerin sabit sermaye yatırımları

					üzerinde zayıf bir etkisi bulunmaktadır. Ancak yenilik performansı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.
Aristizabal-Ramirez vd. (2017)	18 Gelişmekte olan ülke (Firma düzeyinde) 2006-2013	İki Aşamalı Probit Model	Özel sektöre sağlanan krediler, Piyasa kapitalizasyon oranı	Patent sayısı, lisanslı teknoloji kullanımı	(1) Finansal gelişmenin yenilik performansı üzerinde negatif bir etkisi bulunmaktadır. (2) Negatif etki firma büyüklüğü ile yakın ilişkilidir. Büyük firmalar ise finansal gelişmeden yenilik konusunda fayda sağlamaktadır.
Ho vd. (2017)	69 ülke 1970-2010	GMM	Özel sektöre sağlanan krediler, Likit borçlar, Piyasa kapitalizasyon oranı	Patent sayısı, AR-GE harcamaları	(1) Finansal gelişme güçlü demokrasilere (kurumlara) sahip ülkelerde yenilik performansını pozitif yönde etkilemektedir. (2) Hisse senedi piyasasındaki gelişmeler ise zayıf demokrasilere (kurumlara) sahip ülkelerde yenilik performansını pozitif yönde etkilemektedir.
Law vd. (2017)	75 ülke 1996-2010	GMM	Özel sektöre sağlanan krediler	Patent başvuru sayısı, patent hibesi	Finansal gelişme ve yenilik arasında ters U şeklinde doğrusal olmayan bir ilişki bulunmaktadır.

Not: GMM, OLS, FE, RE, 2SLS sırasıyla genelleştirilmiş momentler, en küçük kareler, sabit etkiler, rassal etkiler ve iki aşamalı en küçük kareler yöntemlerinin kısaltmalarıdır.

2. MODEL, VERİ SETİ VE ÖN BULGULAR

Finansal gelişmenin yenilik performansı üzerindeki etkisi aşağıdaki gibi bir modelin tahmini ile araştırılacaktır:

$$\ln YEN_t = \beta_0 + \beta_1 \ln FG_t + \beta_2 \ln TIC_t + \beta_3 \ln HC_t + \beta_4 \ln FDI_t + \varepsilon_t$$

(1)

Burada $\ln YEN$, $\ln FG$, $\ln TIC$, $\ln HC$ ve $\ln FDI$ sırasıyla yenilik, finansal gelişme, ticaret, beşeri sermaye ve doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını temsil etmektedir. Yenilik göstergesi olarak (bağımlı değişken) literatür takip edilerek toplam patent başvuru sayısı verileri dikkate alınmıştır. Finansal gelişme (açıklayıcı değişken) ise özel sektöre veriler kredi verileri ile gösterilmiştir. Diğer açıklayıcı değişkenlere ve veri kaynaklarına yönelik açıklamalar EK-1’de sunulmuştur. Denklem 1’de β_0 sabiti, β_1 , β_2 , β_3 ve β_4 ise açıklayıcı değişkenlere ait tahmin edilecek katsayı parametrelerini, t dönem aralığını ve ε hata terimini göstermektedir. Analiz için verilerin doğal logaritmaları alınmıştır. Araştırmanın dönemi 1974-2014 yıllarını kapsamakta olup, veriler yıllıktır. Tablo 2’de verilere yönelik tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon matrisi raporlanmıştır. Buna göre, $\ln YEN$ ait temel istatistiklerin diğer değişkenlere göre daha büyük değerler aldığı görülmektedir. Buna ilaveten, $\ln YEN$ ile $\ln FG$, $\ln TIC$, $\ln HC$ ve $\ln FDI$ arasında pozitif korelasyon bulunmaktadır.

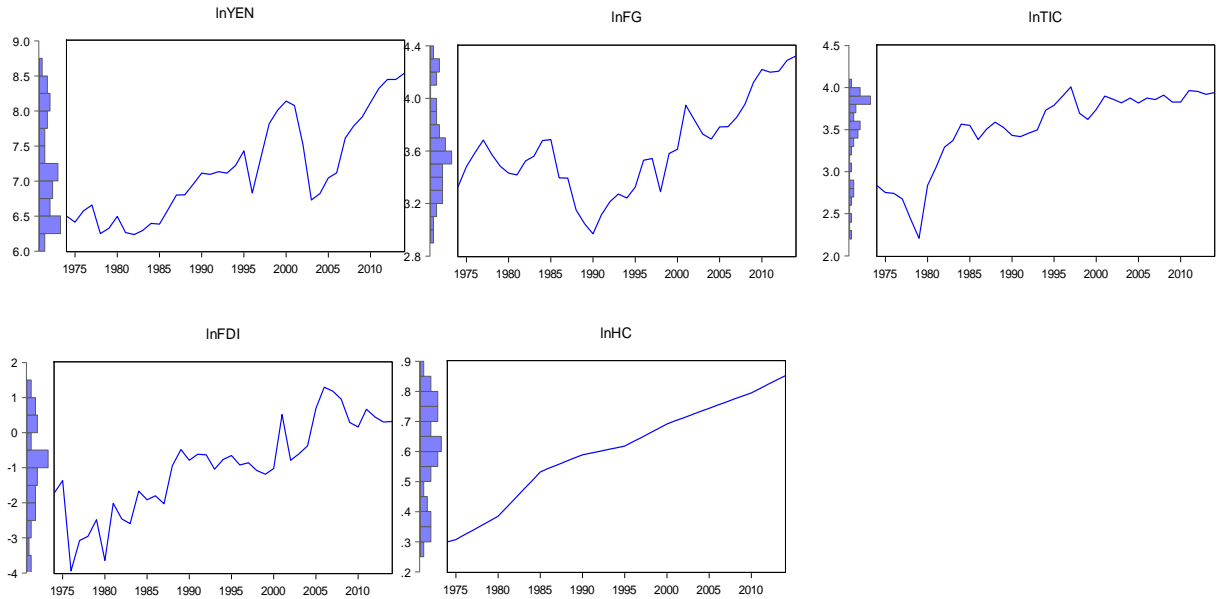
Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Matrisi

Tanımlayıcı İstatistikler	$\ln YEN$	$\ln FG$	$\ln TIC$	$\ln HC$	$\ln FDI$
Ortalama	7.162	3.610	3.510	0.602	-0.965
Medyan	7.094	3.575	3.621	0.611	-0.857
Maksimum	8.536	4.321	4.006	0.851	1.295
Minimum	6.236	2.968	2.208	0.299	-3.937
Std. Hata	0.707	0.347	0.461	0.161	1.294
Gözlem Sayısı	41	41	41	41	41
Korelasyon Matrisi					
$\ln YEN$	1				
$\ln FG$	0.594	1			

lnTIC	0.683	0.404	1		
lnHC	0.828	0.578	0.804	1	
lnFDI	0.710	0.457	0.791	0.868	1

Şekil 1’de serilerin dağılımı ve dinamikleri hakkında bazı ön bilgiler elde etmek için histogram ve eğilim grafikleri gösterilmektedir. Şekil 1’e göre yenilik serisinde özellikle 2003 yılından sonra hızlı bir artış görülmektedir. Beşeri sermaye serisi ise zamana göre sürekli artış eğilimi göstermiştir. Ayrıca, lnYEN ile lnFG serileri arasında ortak bir hareketin varlığı gözlemlenmektedir. Histogram grafiğine ise seriler normal bir dağılıma sahip olduğunu yönünde ön bulgular ortaya koymaktadır.

Şekil 1: Serilerin Zamana Göre Değişimleri



3. EKONOMETRİK YÖNTEM VE TEMEL BULGULAR

Tamamlayıcı istatistikler, korelasyon matrisi ve serilere ait grafikler analiz öncesi değişkenler arasındaki ilişkilere yönelik ön bilgi sağlamaktadır. Ancak

araştırmalarda değişkenler arasındaki ilişkilere yönelik daha güvenilir bilgilere ulaşmak için regresyon analizleri gibi ekonometrik yöntemler kullanılmaktadır. Regresyon analizlerinde sıklıkla OLS tahmin yöntemi kullanılmaktadır. Ancak OLS tahmincilerinin yansız tahminciler olması için analizde kullanılan değişkenlerin düzey değerlerinin durağan olması gerekmektedir. Eğer değişkenler düzey değerlerinde değil ilk farklarında durağansa, tahmin parametrelerinin anlamlı olması için değişkenler arasında en az bir doğrusal kombinasyon/eşbütünleşme ilişkisi olmalıdır. Bu nedenle öncelikle serilerin durağanlığı birim kök testleri ile araştırılmaktadır. Bu çalışmada birim kök testleri için Dickey ve Fuller (ADF, 1981) ve Phillips ve Perron (PP,1988) test yöntemleri kullanılmıştır. ADF ve PP testleri “Seri birim kök içermektedir” boş hipotezini sınamaktadır. Tablo 3’de ADF ve PP test sonuçları gösterilmektedir. Test sonuçlarına göre analizde kullanılan serilerin düzey değerleri birim kök içermekte olup durağan değildir. Serilerin ilk farkları alındığında ise durağanlaştığı görülmektedir. Birim kök testinden sonraki aşamada, seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin araştırılması gerekmektedir.

Tablo 3: Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	ADF	PP
lnINO	-0,539	-0,716
lnFG	-0,428	-0,527
lnT	-1,389	-1,404
lnHC	-1,962	-1,679
lnFDI	-1,732	-1,398
Δ lnINO	-5,069*	-5,039*
Δ lnFG	-5,851*	-5,843*

ΔnT	-5,388*	-5,444*
$\Delta \ln HC$	-4,366*	-4,333*
$\Delta \ln FDI$	-8,107*	-9,612*

Not: *, %1 istatistiki anlamlılığı ve Δ ilk fark işlemcisini göstermektedir.

Literatürde Engle ve Granger (1987), Johansen (1988) ve Johansen ve Juselius (1990) eşbütünleşme yöntemleri sıklıkla kullanılmaktadır. Ancak bu yöntemler yapısal kırılmaları dikkate almamaktadır. Gregory ve Hansen (G-H, 1996) bu eksikliğe yönelik belirli bir dönem aralığında ortaya çıkan tek/bir yapısal kırılmayı dikkate alan eşbütünleşme yöntemi geliştirmiştir. Hatemi-J (2008), G-H testini genişleterek iki yapısal kırılmalı eşbütünleşme testini ortaya koymuştur. Hatemi-J (2008), üç model için (seviyede kayma, seviyede ve eğimde kayma, rejim değişimi modeli) “Eşbütünleşme yoktur” şeklindeki boş hipotezi Engle ve Granger (1987) tarafından önerilen ADF ile Phillips (1987) tarafından geliştirilen Z_{α} ve Z_t test istatistikleri ile sınımlanmaktadır. Bu test istatistiklerinin standart olmayan dağılımları vardır. Bu nedenle Hatemi-J (2008) Monte-Carlo simülasyonları kullanarak yeni kritik değerler belirlemektedir. Tablo 4’de eşbütünleşme test sonuçları seviyede kayma modeli için gösterilmektedir. Test sonuçlarına göre, Z_t test istatistiği %1 önem düzeyinde anlamlıdır ve boş hipotez reddedilmektedir. Diğer bir ifadeyle yenilik, finansal gelişme, ticaret, beşeri sermaye ve doğrudan yabancı sermaye yatırımları arasında uzun dönemli bir denge ilişkisi gözlemlenmektedir.

Araştırmanın son aşamasında bu denge ilişkisine yönelik uzun dönem katsayıları tahmin edilecektir. Tahmin için öncelikle Tablo 4’deki Z_t istatistiğinin belirlediği kırılma tarihleri (1984, 1993), modele (Denklem 1’e) kukla değişkenler olarak ilave edilmiştir. Birinci kırılma tarihi Türkiye’deki 1980 askeri darbe sonrası dönemi işaret etmektedir. Bu dönemde askeri hükümet yerini demokratik bir hükümete bırakmış, kurumsal değişim süreci yaşanmıştır. Askeri yönetimin etkileri kısmen de olsa azalmaya başlamıştır. İkinci kırılma tarihi ise 1993 ekonomik krizini işaret etmektedir.

Tablo 4: Hatemi-j (2008) Eşbütünleşme Test Sonuçları

	Test istatistiği	%1 (KD)	%5 (KD)	%10 (KD)	Kırılma Tarihleri
Modifiye ADF	-5,112	-8,353	-7,903	-7,705	1983; 1994
Z_t	-8,641*	-8,353	-7,903	-7,705	1984; 1993
Z_α	-52,157	-140,135	-123,870	-116,169	1985; 1994

Not: Kritik değerler (KD), Hatemi-j (2008)'den elde edilmiştir. *, %1 istatistiki anlamlılığı göstermektedir.

Uzun dönem katsayı tahmininde Philips ve Hansen (1990) tam değiştirilmiş en küçük kareler (FMOLS), Park (1992) Kanonikeşbütünleşim regresyonu (CCR) ile Stock ve Watson (1993) dinamik en küçük kareler (DOLS) yöntemleri kullanılmaktadır. DOLS yöntemi, açıklayıcı değişkenlerin potansiyellerini ve gecikmelerini içeren ve tahmincilerinin olası otokorelasyon ve içsellik sorunlarını gideren dinamik bir yöntemdir. İlgili avantajlarından dolayı bu çalışmada tercih edilmektedir. Tablo 5'de DOLS tahmin sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 5: DOLS Tahmin Sonuçları

Bağımlı Değişken: lnINO			
Açıklayıcı Değişkenler	Katsayı	t istatistiği	Olasılık Değeri
Sabit (β_0)	4,278*	2,935	0,006
lnFG (β_1)	1,197**	2,234	0,042
lnT (β_2)	0,859***	1,911	0,082
lnHC (β_3)	6,125*	4,485	0,002
lnFDI (β_4)	0,174**	2,701	0,017
Kukla 1 (1984)	1,356***	2,035	0,060
Kukla 2 (1993)	-0,774**	-2,147	0,048

Düzeltilmiş $R^2 = 0,68$
Durbin-Watson istatistiği = 1,81

Not: *, ** ve ***, sırasıyla %1, %5 ve %10 istatistiki anlamlılığı göstermektedir.

Tahmin sonuçlarına göre; (1) lnFG değişkeninin katsayısı pozitif ve %5 önem düzeyinde anlamlıdır. Buna göre 1974-2014 dönemi Türkiye’de finansal gelişmenin yenilik performansı üzerinde pozitif bir etkisi bulunmaktadır. Bu bulgu, finansal gelişmenin, yenilik sürecini teşvik ettiği hipotezini desteklemektedir (Benfratello vd.2008; Girma vd., 2008; Hanley vd., 2011; Maskus vd., 2012; Tee vd., 2014).(2) lnT değişkeninin katsayısı pozitif ve %10 önem düzeyinde anlamlıdır. Diğer bir ifadeyle, Türkiye’de ticaret/dışa açıklık yenilik performansını pozitif yönde etkilemektedir. (3) lnHC değişkeninin katsayısı pozitif ve %1 önem düzeyinde anlamlıdır. İktisadi beklentilere uygun olarak, beşeri sermayenin yenilik performansı üzerindeki etkisi pozitiftir. (4) lnFDIdeğişkeninin katsayısı pozitif ve %5 önem düzeyinde anlamlıdır. Bu bulguya göre, doğrudan yabancı sermaye girişleri yenilik performansını olumlu yönde etkilemektedir. (5) Modele kukla değişken olarak ilave edilen kukla 1 (1984) ve kukla 2 (1993) değişkenlerinin katsayısı anlamlı olup işaretleri sırasıyla pozitif ve negatiftir. Buna göre yenilik performansını 1984 yılında ortaya çıkan yapısal değişiklik (askeri yönetimin yerini demokratik bir yönetime bırakması) olumlu yönde etkilerken, 1993 yılındaki değişiklik (ekonomik kriz) olumsuz yönde etkilemektedir.

SONUÇ

Yenilik, sürdürülebilir ekonomik büyüme ve gelişmenin en önemli dinamiklerinden biridir. Çok sayıda araştırma yenilik performansını belirleyen faktörler üzerine yoğunlaşmıştır. Bu çalışma, bu faktörlerden finansal gelişmenin rolü üzerine odaklanmıştır. Bu amaçla 1974-2014 dönemi Türkiye’de finansal gelişmenin yenilik performansı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma için birim kök analizlerinden sonra, Hatemi-j (2008) yapısal kırılmalı eşbütünleşme ve Stock ve Watson (1993)

DOLS tahmin yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda finansal gelişme ve yenilik performansı arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı doğrulanmıştır. Bu ilişkiye göre, finansal gelişme yenilik performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Türkiye için elde edilen sonuçlar, finansal gelişmenin yenilikleri olumlu yönde etkilediğini ve finansal sistemin ulusal yenilik alt yapısının önemli bir bileşeni olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, finansal gelişme-yenilik literatürüne ilave ampirik kanıtlar ile destek sağlanmıştır.

Bu çalışma, sonuçları çerçevesinde politika yapıcılar için iki temel öneri sunmaktadır. Birincisi, Demirgüç-Kunt vd. (2008), Maskus vd. (2012) ve Meierrieks (2014) belirttiği gibi, gelişmiş bir finansal yapı için finansal sistemde istikrar, rekabet ve uluslararası sermaye hareketlerine açıklık/finansal liberalizasyon gerekmektedir. Dolayısıyla otoriteler, finansal sistemin gelişimini teşvik edecek bir düzenleme ve denetleme yapısı oluşturmalıdır. Böyle bir yapı, girişimciler için kredi imkânlarını kolaylaştırarak riskli yenilik faaliyetleri için finansman imkânı sağlamaktadır. İkincisi, bankacılık ve finansal sistemin gelişimi için demokratik ve güçlü kurumların varlığı kritik öneme sahiptir. Literatürde vurgulandığı gibi (Koçak ve Bulut, 2014; Ho vd.,2017; Kızılkaya vd., 2017; Koçak, 2017), güçlü kurumlar ile finansal gelişme etkileşimi sonucu kredi işlemlerini, girişimcilik ve yenilik faaliyetleri daha güvenli bir iklimde gerçekleşmektedir. Girişimciler için yenilik ve icatlara yönelik fikri haklar,hukuk ve gelişmiş mülkiyet sistemi sayesinde daha iyi korunmaktadır. Bu nedenle otoriteler yenilik performansı için finansal gelişme ile birlikte kurumsal yapıyı güçlendirecek politikalar da özel önem vermelidir.

EKLER:

EK-1: Analizde Kullanılan Değişkenler ve Veri Kaynakları

Değişken	Birimi	Kaynak	Açıklama
Yenilik (lnYEN)	Bin adet	Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü https://www3.wipo.int/ipstats/index.htm	Yerli ve yabancı patent başvuru sayısının toplamı
Finansal Gelişme (lnFG)	Yüzde (%)	Dünya Bankası https://data.worldbank.org/	Özel sektöre verilen kredilerin GSYH'ye oranı
Ticaret (lnTIC)	Yüzde (%)	Dünya Bankası https://data.worldbank.org/	İhracat ve ithalat toplamının GSYH'ye oranı
Beşeri Sermaye (lnHC)	Endeks	Penn World Table, version9.0 https://www.rug.nl/ggdc/productivity/pwt/	Endeks, eğitim süresine ve getirisine göre hesaplanmaktadır.
Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı (lnFDI)	Yüzde (%)	Dünya Bankası https://data.worldbank.org/	Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının GSYH'ye oranı

TEŞEKKÜR

Bu çalışma 8-12 Kasım 2017 tarihleri arasında Şanlıurfa'da gerçekleştirilen *I. El-Ruha Sosyal Bilimler Kongresi*'nde sunulmuştur. Katılımcıların faydalı yorumları ile çalışma gözden geçirilmiş ve son şeklini almıştır. Kongredeki katılımcılara katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Kaynakça

- Aghion, P., Howitt, P. (1992). The Schumpeterian Approach to Technical Change and Growth. In Economic Growth in the World Economy: Symposium: Vol. 1993.
- Aristizabal-Ramirez, M., Botero-Franco, M. C., Canavire-Bacarreza, G. (2017). Does Financial Development Promote Innovation in Developing Economies? An Empirical Analysis. *Review of Development Economics*, 21(3), 475-496.
- Benfratello, L., Schiantarelli, F., Sembenelli, A. (2008). Banks and Innovation: Microeconomic Evidence on Italian Firms. *Journal of Financial Economics*, 90(2), 197-217.
- Brown, J. R., Martinsson, G., Petersen, B. C. (2013). Law, Stock Markets, and Innovation. *The Journal of Finance*, 68(4), 1517-1549.
- Demirgüç-Kunt, A., Levine, R., Detragiache, E. (2008). Finance and Economic Development: The Role of Government. Policy Working Paper: 3955.
- Dickey, D. A., Fuller, W. A. (1981). Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with A Unit Root. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1057-1072.
- Engle, R. F., Granger, C. W. J. (1987). Co-integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 251-276.
- Freeman, C. (2002). Continental, National and Sub-national Innovation Systems—Complementarity and Economic Growth. *Research policy*, 31(2), 191-211.
- Girma, S., Gong, Y., Görg, H. (2008). Foreign Direct Investment, Access to Finance, and Innovation Activity in Chinese Enterprises. *The World Bank Economic Review*, 22(2), 367-382.
- Gregory, A. W., Hansen, B. E. (1996). Residual-based Tests for Cointegration in Models with Regime Shifts. *Journal of Econometrics*, 70(1), 99-126.
- Hanley, A., Liu, W. H., Vaona, A. (2011). Financial Development and Innovation in China: Evidence from the Provincial Data. Kiel working paper: No. 1673.
- Hatemi-j, A. (2008). Tests for Cointegration with Two Unknown Regime Shifts with An Application to Financial Market Integration. *Empirical Economics*, 35(3), 497-505.
- Ho, C. Y., Huang, S., Shi, H., Wu, J. (2017). Financial Deepening and Innovation Efficiency: The Role of Political Institutions. ADBI Working Paper Series: No. 694.
- Holmstrom, B. (1989). Agency Costs and Innovation. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 12(3), 305-327.
- Hsu, P. H., Tian, X., Xu, Y. (2014). Financial Development and Innovation: Cross-country Evidence. *Journal of Financial Economics*, 112(1), 116-135.
- Johansen, S. (1988). Statistical Analysis of Cointegration Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12 (2), 231-254.
- Johansen, S., Juselius, K. (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration—with Applications to the Demand for Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52 (2), 169-210.
- Koçak, E. (2017). Does Institutional Quality Drive Innovation? Evidence from System-GMM Estimates. *The Empirical Economics Letters*, 16(12), 1367-1374.
- Koçak, E., Bulut, Ü. (2014). OrtaGelirTuzağı: TeorikÇerçeve, AmpirikYaklaşımlarveTürkiyeÜzerineEkonometikBirUygulama. *MaliyeDergisi*, 167, 1-21.
- Kızılkaya, O., Sofuoğlu, E., Ay, A. (2017). YüksekTeknolojiliÜrünİhracatıÜzerindeDoğrudanYabancıSermayeYatırımlarıveDışaAçıklığınEtkisi: Gelişmekte Olan Ülkelerde Panel VeriAnalizi. *DoğuşÜniversitesiDergisi*, 18(1), 63-78.
- Law, S. H., Lee, W. C., Singh, N. (2017). Revisiting the Finance-Innovation Nexus: Evidence from A Non-linear Approach. *Journal of Innovation & Knowledge*.
- Maskus, K. E., Neumann, R., Seidel, T. (2012). How National and International Financial Development Affect Industrial R&D. *European Economic Review*, 56(1), 72-83.
- Meierrieks, D. (2014). Financial Development and Innovation: Is There Evidence of a Schumpeterian Finance-Innovation Nexus?. *Annals of Economics & Finance*, 15(2), 343-363.
- Park, J. Y. (1992). Canonical Cointegrating Regressions. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 119-143.
- Phillips, P. C. (1987). Time Series Regression with A Unit Root. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 277-301.

- Phillips, P. C., Hansen, B. E. (1990). Statistical Inference in Instrumental Variables Regression with I (1) Processes. *The Review of Economic Studies*, 57(1), 99-125.
- Phillips, P. C., Perron, P. (1988). Testing for A Unit Root in Time Series Regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- Porter, M. E. (1992). Capital Disadvantage: America's Failing Capital Investment System. *Harvard Business Review*, 70(5), 65-82.
- Rajan, R.G. (1992). Insiders and Outsiders, the Choice between Informed and Arms Length Debt. *Journal of Finance*, 47, 1367-1400.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98(5, Part 2), 71-102.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Cambridge, M.A.: Harvard University Press.
- Stiglitz, J. (1985). Credit Markets and Capital Control. *Journal of Money, Credit and Banking*, 17, 133-152.
- Stock, J. H., Watson, M. W. (1993). A Simple Estimator of Cointegrating Vectors in Higher Order Integrated Systems. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 783-820.
- Tee, L. T., Low, S. W., Kew, S. R., Ghazali, N. A. (2014). Financial Development and Innovation Activity: Evidence from Selected East Asian Countries. *Prague Economic Papers*, 23(2), 162-180.
- Verspagen, B. (2005). Innovation and Economic Growth. In *The Oxford handbook of innovation*.

FİNANSAL PERFORMANSIN DEĞERE DAYALI ÖLÇÜLMESİNDE HİSSEDAR KATMA DEĞERİ (SVA) YAKLAŞIMI*

Nizamettin BAŞARAN**
Eyyüp Ensari ŞAHİN***

Öz

Bir firmanın geçmiş ve mevcut mali durumunu değerlendirmek ve gelecekteki mali durumunu öngörmek için finansal performansın ölçülmesi farklı menfaat gurupları için son derece önemlidir. Finans, finansal performansı ölçmek için oldukça fazla sayıda metodoloji kullanmakla birlikte, nasıl ölçülmesi gerektiği ve doğru ölçütlerin neler olması gerektiği konusu tartışılmaktadır. Bu tartışmalar ve ekonomideki değişimler değere dayalı yönetim anlayışının gelişmesine ve buna bağlı olarak da hissedar değerinin ön plana çıkmasına sebep olmuştur. Firmanın hissedar değeri oluşturma kabiliyeti firma performansının ana göstergesi olarak görülmektedir. Finansal performansın değere dayalı ölçülmesinde kullanılan yaklaşımlardan birisi de hissedar katma değeri (SVA-Shareholder Value Added)'dir. Firmanın değer yaratan ve yaratmayan unsurlarının belirlenmesine yardımcı olan SVA, hissedar değeri yaratmak için, yönetici kararları ve stratejilerine ilişkin bir çerçeve sunmakta ve yöneticilerin kısa vadeli karlılık yerine hissedarlara değer yaratan faaliyetlere konsantr olmalarına yardımcı olmaktadır. Yönetici ücretlerinin belirlenmesinde de kullanılabilen SVA, hissedarların yaptıkları yatırımlarından elde edebilecekleri getiriyi tahmini olarak göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Performans, Hissedar Katma Değeri, Değere Dayalı Yönetim

MEASURING THE VALUE BASED MANAGEMENT OF FINANCIAL PERFORMANCE: A SHAREHOLDER VALUE ADDED APPROACH

Abstract

It is important for many different stakeholders to measure their firm's financial performance in order to assess its past and current financial situation while at the same time forecast its future position. In relation to this, together with the debates and changes in the economy have led to the development of a value-based management approaches, which in turn has brought the value of shareholder value out in the open. Finance in general is a useful tool that uses a large number of methodologies to measure the needed financial performance, while discussing how it should be measured and what the right criteria are. Performance of a particular firm can be indicated by financial criteria, by looking at its ability to establish value for its shareholders. In other words, Shareholder Value Added (SVA) is one of these approaches used to measure financial performance on a value basis. By helping to identify the value-creating and non-value adding elements of the firm, SVA provides a framework for managerial decisions and helps managers to concentrate on activities that create value for shareholders instead of short-term profitability. SVA is an estimated value of what stockholders are expected to earn from the investments they make.

* Bu çalışma "4. Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Kongresinde (ICAFR'17)" bildiri olarak sunulmuştur.

** Dr. Öğr. Gör., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, e-mail : nbasaran@ohu.edu.tr

*** Dr. Öğr. Üyesi, Hitit Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi,
email: eyupensarisahin@hitit.edu.tr

Keywords: *Financial Performance, Shareholder Value Added, Value Based Management*

GİRİŞ

Ünlü Amerikalı milyarder George Soros (2000), küresel ekonominin giderek, mal ve hizmetlerde olduğu kadar finansal faktörlerde de daha serbest bir ticaretle karakterize edilmekte olduğunu iddia etmektedir. Bu en büyük getiri arayışındaki yatırımcıların paralarını artık dünyanın her yerinde daha hızlı ve daha kolay hareket ettirebilme imkânına sahip oldukları ve aynı zamanda ekonomik sistem içerisinde yatırımcıların etkinliklerinin arttığı anlamına gelmektedir.

Bir firmanın sahip olduğu varlıkları kullanarak kendisinden beklenen ekonomik değer ve yararı gerçekleştirebilme düzeyi onun performans derecesini belirlemektedir. Günümüzde, firmaların değişen çevre koşullarına uyum sağlamak ve amaca uygun stratejiler üreterek rekabet avantajı yakalayabilmek için etkin ve verimli performans ölçütleri geliştirmeleri ve kendilerini düzenli olarak değerlendirmeleri zorunluluk haline almıştır. Ekonominin giderek küreselleşmesi ve finansal sermayenin serbestleşmesinde yaşanan gelişmeler geleneksel finansal performans ölçütlerinin firmaların finansal performanslarını ölçmede çoğu zaman yetersiz kalmasına sebep olmuştur. Bu gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan değere dayalı yönetim anlayışının sonucunda da firmalar, finansal performanslarını ölçmek için değere dayalı finansal performans ölçütlerini kullanmaya başlamışlardır. Bu ölçütlerden birisi de hissedar katma değeri (SVA) olmaktadır. SVA kavramı Dr. Alfred Rappaport ve LEK/Alcar Danışmanlık Şirketi tarafından geliştirilmiştir. İndirgenmiş nakit akımı modelinden geliştirilen SVA'da cari performans ölçülürken, nakit akışı tahminleri ile o dönemin gerçek nakit akışı karşılaştırması temel alınmaktadır. Böylece yatırım sonucunda elde edilebilecek tahmini getiri hesaplanmakta ve stratejik kararlarda yönlendirici olmaktadır.

Çalışmada; değere dayalı finansal performans ölçütleri, SVA, SVA'nın kullanımı, SVA'ya getirilen eleştiriler incelenmiş, hipotetik bir örnek ile SVA değeri hesaplanmıştır. Sonuç bölümünde ise genel bir değerlendirme yapılmıştır.

1. DEĞERE DAYALI FİNANSAL PERFORMANS ÖLÇÜTLERİ

Performans ölçütlerinin seçimi, firmaların karşılaştığı en kritik zorluklardan biridir. Performans ölçüm sistemleri stratejik planların geliştirilmesinde, organizasyonel hedeflerin başarısının değerlendirilmesinde ve teşvik sistemlerinin geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır (Venanzi, 2010: 7). Hedeflerine ulaşmak isteyen bir yatırımcı, her bir yatırım fırsatının potansiyel değerini belirlemek için bazı araçlara ihtiyaç duymaktadır (Hajiabbasi vd., 2012: 517). Firmaların performansı, net kar marjı, faaliyet kar marjı, yatırımın getirisi, yatırılan sermayenin getirisi, özsermayenin getirisi, varlıkların getirisi vb. temelinde ölçülmektedir. Her ölçütte, "endüstri ortalaması" ya da "en yakın rakiplerin performansı", hissedarların beklentilerini göz ardı ederek referans olarak kullanılmaktadır (Sahoo ve Pramanik, 2016: 1). Bu araçların çok sayıda uygulamasına rağmen, teorik olarak, pay sahiplerinin değeri veya zenginlik yaratma ile ilgili değildir (Hajiabbasi vd., 2012: 517).

Geleneksel performans ölçütleri 1900'lü yılların başında ortaya çıkmış ve o zamandan beri şirketlerin mali performansını ölçmek için çeşitli şekillerde kullanılmıştır (Maditinos vd., 2005: 3). Ancak, firmalar, birincil uzun vadeli hedef olarak hissedar değerine odaklanmaya başladığında, muhasebe esaslı oranlarla ölçülen şirket finansal performansı yetersiz olarak görülmeye başlanmıştır. İşletme yöneticileri, ekonomik değerlerini ve karlılıklarını daha iyi yansıtacak yeni bir ekonomik çerçevenin kendi şirketlerinde uygulanması gereken bir dönemle karşı karşıya kalmışlardır. Sermaye piyasalarında artan verimlilik, firmaların sermaye dağılımının daha verimli hale gelmesini gerektirmektedir. Fırsatlara ve tehditlere daha iyi yansıyan değer temelli bir yönetim çerçevesi bu nedenle gerekli olmaktadır. Bu nedenle, finansman riskini ve getiriyi performans hesaplamalarına dahil eden, hem özkaynak hem de borcun maliyeti olduğunu açıkça ortaya koyan değere dayalı ölçütler geliştirilmiştir (Venanzi, 2010: 1). Son yıllarda ekonomik katma değer (Economic Value Added - EVA), piyasa katma değeri (Market Value Added - MVA), nakit katma değer (Cash Value Added - CVA) ve hissedar katma değeri (Shareholder Value Added - SVA) gibi ekonomik kar temelli modern değerlendirme yöntemleri, muhasebe ölçütlerinin yerini almış ve dikkatleri üzerlerine çekmiştir (Hajiabbasi vd., 2012: 517).

Hissedar değeri yaklaşımına dayanan değer temelli performans ölçütleri 1980'lerde popülerlik kazanmıştır. Böylece, değere dayalı yönetim yaklaşımı, hem bir karar verme aracı olarak hem de bir teşvik sistemi olarak giderek daha fazla kullanılır hale gelmiştir. Son yıllarda, firmanın finansal performansını ölçmek için, geleneksel performans ölçütlerine kıyasla değer temelli ölçütleri kullanmak daha mı iyi? Hangi performans ölçütü firmanın piyasa değerindeki değişimi açıklar? gibi sorulara cevap bulmak için çok sayıda ampirik çalışmalar yapılmış olup, elde edilen sonuçlar oldukça karmaşık ve tartışmalıdır (Madinios vd., 2005: 3).

2. HİSSEDAR KATMA DEĞERİ

Ampirik çalışmalar ve işletme raporları, hissedar değerine dayalı sistemler ve performans ölçüm yaklaşımları konusunda dünya çapında yaygın bir ilgi olduğunu göstermektedir. Yalnızca ABD, Avrupa ve Japonya'da değil, aynı zamanda Singapur, Güney Kore, Orta Doğu, Güney Kore, Hindistan, Çin, Brezilya ve Macaristan gibi birçok gelişmekte olan ekonomide saygınlığı yüksek şirketlerin azımsanmayacak bir kısmı, bir hissedar değeri ölçüm sisteminin kurulması ve uygulanmasına yönelik adımlar atmış bulunmaktadır. FT 500 şirketlerinin%5'inden fazlası ve FT Global 500 şirketlerinin yaklaşık%8'i hissedar değerine dayalı bir performans ölçüm sistemi kurmuş bulunmaktadır (Elali, 2007: 10).

Hissedar katma değeri kavramı Dr. Alfred Rappaport ve LEK / Alcar Danışmanlık Şirketi tarafından geliştirilmiştir. 1986 yılında Alfred Rappaport'un "Hissedar Değeri Yaratmak: Yönetici ve Yatırımcılar İçin Bir Kılavuz" isimli eserinin yayınlanmasından bu yana yaygın bir şekilde kabul görmüştür. Bu eser hissedar değeri yaklaşımının mantığına ve iş performansı için bir standart olarak uygulanması için gerekli araçlara ilişkin yeni ve derinlemesine bir değerlendirme sağlamıştır (Elali, 2007: 13).

Hissedar değeri kültürü büyük oranda aşağıdaki birkaç önemli gelişmenin sonucunda yaygınlaşmıştır (Elali, 2007: 10):

- 1) Finansal piyasaların küreselleşmesi ve serbestleştirilmesi;
- 2) İnternet dâhil olmak üzere bilgi teknolojisinde yeni gelişmeler;

- 3) Tasarruf ve yatırım tutumlarında meydana gelen değişiklikler;
- 4) Kurumsal yatırımın yaygınlaştırılması ve
- 5) Akılcı olmayan heyecan.

Son yıllarda yöneticiler, herhangi bir ticari girişimin amacı olarak hissedar değeri yaratmanın önemine odaklanmış ve şirketin hissedar değeri oluşturma kabiliyeti yönetim ve iş performansının ana göstergesi olarak görülmeye başlanmıştır. Pay sahiplerinin toplam getirisi, hissedar değer ölçütlerinden bir tanesi olup, hissedarların aldığı geri dönüşün doğrudan bir göstergesi olmaktadır. (Panigrahi vd. 2014: 284).

Agrawal'a (2012: 187-226) göre, "Hissedar katma değeri, bir yılın sonunda hissedarların sahip oldukları servet ile bir önceki yıl sahip oldukları servet arasındaki fark için kullanılan terimdir". Burada hisse senedi fiyatının artışı, hissedar katma değeri olmamaktadır. Pay sahipleri şirketin yeni hisselerinden satın aldıklarında ve hisse senedine dönüştürülebilir tahviller hisse senedine dönüştürüldüğü zaman hisse senedi fiyatlarında bir artış olabilmekte ancak bu hissedar katma değeri olmamaktadır. Ayrıca şirket hisse senedi fiyatında bir düşüş de olabilmekte, ancak şirketin temettü ödemesi ve hisse geri alması durumunda hissedar değerinde bir düşüş olmamaktadır (Shukla, 2009: 14). Hissedar katma değerinin hesaplanması için, mali yıl boyunca hisse senetlerinin piyasa fiyatlarında meydana gelen değişiklikler ve hissedarlara ödenen kar payları veya kazançların bilinmesi gerekmektedir (Fernandez, 2002: 3-4).

SVA iskonto edilmiş nakit akışı modelinden doğmuştur. Rappaport'a (1998: 183) göre SVA'nın amacı, gelecekle ilgili nakit akışı tahminlerinin iskonto edilmesi ve sürekli olarak firma değerini hesaplamaktır. Cari performans ölçülürken, nakit akışı tahminleri ile o dönemin gerçek nakit akışı karşılaştırması temel alınmaktadır.

Aslında SVA, pay sahiplerinin parasının aynı risk seviyesindeki diğer varlıklara yatırım yaparak kazanılana kıyasla daha yüksek bir getiri sağlaması gerektiği fikridir (Abdulkadir vd., 2011: 20-30). Bir şirketin sermaye getirisi sermaye maliyetini aştığında, değer yaratımı neredeyse garanti altına alınmakta olup, bunun aksine muhasebe karlılığı mutlaka değer yaratmaya yol açmamaktadır. Hatta, birçok durumda, karlı projeler fiilen şirketin değerini yok etmektedir (Froud vd., 2000: 29).

Bir şirketin değeri üç ana bileşene ayrılabilir: Tahmini süre boyunca faaliyetlerden sağlanan nakit akışının bugünkü değeri, artık değer ve menkul kıymetlerin piyasa değeri (Giurca, 2007: 1-5).

Bu görüşte SVA, yeni yatırım öncesi artan nakit akışının bugünkü değeri ile sabit ve işletme sermayesine yapılan yatırımın bugünkü değeri arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır. Böylece, bu açıdan SVA aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır:

$SVA = (\text{Tahmin edilen süre boyunca faaliyetlerden sağlanan nakit akışlarının bugünkü değeri} + \text{artık değer}) - \text{borç}$

Hissedar katma değeri, yeni yatırım öncesi artan nakit akışının bugünkü değeri ile sabit varlıklara ve işletme sermayesine yapılan yatırımların bugünkü değeri arasındaki fark olarak da tanımlanmaktadır (Rappaport, 1999: 39).

$SVA = (\text{Öngörülen periyod boyunca faaliyet nakit akışlarının bugünkü değeri} + \text{artık değer} + \text{menkul kıymetlerin değeri}) - \text{Borcun değeri}$

SVA bir başka bakış açısıyla aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Largani vd., 2012: 490-497):

$SVA = \text{Hisse Senedi Piyasa Değerindeki artış} + \text{Yıl içinde ödenen temettüler} + \text{Ortaklara yapılan diğer ödemeler (öz kaynaklarda indirim, hisse geri alımları vs.)} - \text{Sermaye artırımları, opsiyon ve teminatların kullanımı} - \text{hisse senedine dönüştürülebilir tahvillerin dönüştürülmesi}$

SVA hesaplamasının yollarından biriside şöyledir:

$SVA = \text{NOPAT} - (\text{Yatırılan Sermaye} \times \text{Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti})$

SVA hesaplamadaki ilk adım NOPAT'ı hesaplamaktır; ikinci adım, kullanılan sermayeyi tahmin etmek; üçüncü adım uygun ağırlıklı ortalama sermaye maliyetini tahmin etmek; dördüncü adım sermaye ödemelerini hesaplamak ve beşinci adım SVA'yı hesaplamaktır.

2.1. Örnek Uygulama

Aşağıda örnek bir SVA hesaplaması yapılmıştır. Hesaplama hisseleri BİST çimento sektöründe işlem gören AKÇANSA firmasının 2015 ve 2016 yıllarına ait verileri kullanılmıştır.

NOPAT'ın Hesaplanması

Faaliyet Karı	324.873.326.-	
Düzeltilmiş		
Vergiler		
+Gelir Vergisi	61.547.915.-	
- Ertelenmiş Vergiler	1.993.587.-	
+ Finansman Harcamalarının Vergi		(43.339.681
Kalkanı	7.406.751,5.-	x %17,09)
- Finansman Gelirlerinin Vergi		(16.278.785
Yükü	2.782.044,5.-	x %17,09)
Toplam Düzeltilmiş Vergiler	64.179.035.-	
+ Şerefîyelerin Amortismanı	-	

NOPAT

260.694.291.-

Yatırılan Sermayenin Hesaplanması

(Ağırlıklı ortalama sermaye maliyetinin %13,50 olduğu varsayılmıştır).

Yatırılan Sermaye = Duran Varlıklar + Net İşletme Sermayesi (Dönen Varlıklar
– Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar)

$$= 1.135.802.540 + 242.566.039 (569.277.391- 326.711.352)$$

$$= \underline{\underline{1.378.368.579.-}}$$

$$SVA = 260.694.291 - (1.378.368.579 \times \%13,50) = \underline{\underline{74.614.532,84.-}} \text{ TL}$$

olmaktadır.

2.2. SVA'nın Kullanımı

SVA, hissedarların yatırımları sonucunda elde edebilecekleri getiriye tahmini olarak göstermektedir. SVA, hissedar değeri yaratmak için, yönetim kararları ve

stratejilerine ilişkin bir çerçeve sunmakta olup, yöneticilere, hissedarlar için değer yaratabilecek kararlar almalarında yönlendirici bir rol üstlenmektedir. SVA, yönetimin kısa vadeli karlılık yerine hissedarlara değer yaratan faaliyetlere konsantre olmasına yardımcı olmaktadır (Panigrahi vd. 2014: 284). Yönetici ücretlerinin belirlenmesinde de kullanılabilen SVA, şirketin değer yaratan ve yaratmayan unsurlarını da belirlemektedir.

SVA firma değerlemesinde, alternatif stratejik kararların değerlendirilmesinde ve değer sürücüsü modeli ile duyarlılık analizi yapılmasında kullanılabilir (Starovic vd., 2004: 11). SVA yaklaşımı firmanın bütününde uygulanabildiği gibi alt bölümler bazında da uygulanabilmektedir.

2.3. SVA'ya Yapılan Eleştiriler

SVA yaklaşımıyla ilgili olarak yapılan en yaygın eleştirilerden bir tanesi öznelliktir. SVA yaklaşımında, gelecekte işletme faktörleri ile ilgili spesifik tahminler bulunmaktadır. Bu tahminler yönetsel yargı ve stratejik düşünceyi içerdiğinden içerisine mutlaka öznellik de eklenmektedir (Venantzi, 2010: 33-34).

SVA hakkında yapılan en önemli eleştiri, hissedar değeri üzerine olan konsantrasyonun, toplumsal ihtiyaçları dikkate almamasıdır. Bir yönetim kararı, yerel toplulukların, çalışanların ve çevrenin refah seviyesini düşürürken hissedar değerini en üst düzeye çıkarabilir. Buna ek olarak, hissedar değerine kısa vadeli odaklanma, uzun vadeli hissedar değerine zararlı olabilir. Bir hisse senedinin değerini kısmen artıran hilelerin harcamaları, uzun vadeli değerinde olumsuz etkilere neden olabilir (Largani vd., 2012: 495).

SVA'ya getirilen diğer bir eleştiri ise hesaplanmasında yaşanan zorluklardır. SVA hesaplamasında kullanılan verilerin tahminindeki günlük yöntemin en önemli dezavantajlarından biridir. Ayrıca, önceki bölümlerde anlatıldığı üzere, SVA'nın birden çok hesaplama yöntemi bulunmakta olup bazıları EVA ve ekonomik kar ile benzerlik göstermektedir.

SONUÇ

Değer odaklı yönetim anlayışının benimsendiği günümüzde, işletmelerin doğru performans ölçütlerini kullanmaları son derece önemli olmaktadır. Uygun olmayan

ölçütlerin kullanılması, şirket değerinin gerçek değerinden farklı hesaplanmasına ve dolayısıyla hissedarların kaybına neden olabilecektir.

Genel olarak, şirketlerin performans değerlendirmesi için çeşitli kriterler bulunmakta olup, SVA diğer ölçütlerden ayrı bir kriter olarak hissedarların servetlerinde meydana gelen değişimi tanımlayabilmektedir. Bu yönüyle SVA, yaratılan hissedar değerinin ölçülmesinde kullanılan finansal bir araç olmaktadır. Diğer taraftan, yöneticileri hissedar değerini artıracak kararlar almalarında yönlendirici bir rol üstlenen SVA, yönetici ve çalışanların maaş ve primlerinin belirlenmesinde değere dayalı yönetim anlayışının en önemli araçlarından bir tanesi olmaktadır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan pek çok ekonomide kendisine uygulama alanı bulan SVA'nın ülkemizde de kullanımının sağlanması ve yaygınlaştırılması için bu ve benzeri çalışmaların sayısının artması gerekmektedir.

Kaynakça

- Abdulkadir, H., , Reza M., Nasim R. (2011) , Long-Term Effects of Bank Consolidation Program in a Developing Economy, *Journal of Asia Pacific Business Innovation and Technology Management*, Volume 1, No. 1, pp., 20-30
- Agrawal, A.K. (2012). Corporate governance objectives of labor union shareholders: Evidence from proxy voting. *Review of Financial Studies*, 25(1), pp., 187-226.
- Elali, W., (2007). EVA and Shareholder Value Creation: An Empirical Study, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, University of Westminster, London, England.
- Fernandez, P. A, (2002). Definition of Shareholder Value Creation, Reseachr Division IESE, University of Navarra.
- Giurca, Laura. (2007). New Approaches On Shareholders Value Of A Firm, Faculty of Economy and Business Administration, University of Craiova, ss., 1-5.
- Hajiabbasi, M., Meysam K., Navid S. L., Mahmoud S. L., Hamzeh M. (2012). Comparison of Information Content Value Creation Measures (EVA, REVA, MVA, SVA, CSV and CVA) and Accounting Measures (ROA, ROE, EPS, CFO) in Predicting The Shareholder Return (SR) Evidence from Iran Stock Exchange, *ARN Journal of Science and Technology*, VOL. 2, NO. 5, June 2012, pp., 517-521.
- Shukla, H. J. (2009). Creating and Measuring Shareholder Value: A Study of Cadila Healthcare Limited, *Paradigm I*, Vol. XIII, No. 1, January - June, 2009, pp., 66-72
- Largani, M. S., Meysam K., Amirreza A. (2012), A Review of The Application of The Concept of Shareholder Value Added (SVA) in Financial Decisions, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, pp., 490 – 497
- Maditinos, D. I., Željko Š., Nikolaos G. T., (2006). Economic Value Added (EVA®). Is it really the best performance measure? A Review of the Theoretical and Empirical Literature. The case of Athens Stock Exchange (ASE), *Review of Economic Sciences*, TEI of Epirus, Forthcoming, pp., 6-7
- Panigrahi, S. K., Yuserrie Z., Azzlina A. (2014) Comparing Traditional and Economic Performance Measures for Creating Shareholder's Value: a Perspective from Malaysia, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 4, No.4, October 2014, pp. 280–289)

- Rappaport, A. (1998). *Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors*. New York: The Free Press.
- Rappaport, A. (1999). *Shareholder Value: Ein Handbuch für Manager und Investoren*, 2. Auflage, Shaeffer/Poeschel, Stuttgart.
- Sahoo, B. B., Alok K. P. (2016). Economic Value Added: A Better Technique for Performance Measurement, *International Journal of Advances in Management and Economics*, Nov.-Dec. 2016, Vol.5, Issue 6|.
- Soros, G., (2000). *Open Society: Reforming Global Capitalism*. London: Little, Brown and Company.
- Starovic, D., Cooper, S., Davis, M., (2004), *Maximising Shareholder Value Achieving Clarity in Decision Making*, CIMA Technical Report.
- Venanzi, D. (2010) *Financial Performance Measures and Value Creation: A Review Working Paper* – December 27, 10.

FELDSTEIN-HORIOKA PUZZLE: BRIC COUNTRIES EXAMPLES

Lütfi BİÇİMVEREN*
Kemalettin TANRISEVEN**

Abstract

In this study four countries which are named BRIC (Brazil, Russia, India, China) relation was examined between savings to GDP and investments to GDP. Previous studies have discussed investment and saving relationships. The Feldstein-Horioka study concludes that the correlation between savings and investment is large and that there is low capital mobility. In globalizing economies capital mobility is increasing. Therefore, according to the obtained data, it will be tried to determine saving and investment amounts in GDP ratio of these countries. The study results support the Feldstein-Horioka Puzzle. A long run positive and significant relationship between savings and investment has been identified.

Keywords: Investment, Savings, Feldstein-Horioka Puzzle, BRIC

Jel Classification Codes : E22, E21, C23

INTRODUCTION

The existence of the correlation between the investments and savings of the countries and the high level of this present relationship are known until this time. Feldstein and Horioka (1980) reported that the existence of high correlations between savings and investments in their study is due to low capital mobility. According to this study, it may be seen as the opposite in globalizing economies. Accordingly, the liberalization of emerging trade and economies among national economies may lead to a reduction in savings and investment relations. Because capital mobility is increasing in globalized economies. In this study, the savings-investment relationship of countries called BRIC (Brazil, Russia, India and China), which recognize themselves in terms of

* Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Institute of Social Science Department of Economics PhD. Student
lutfi_bicimveren@hotmail.com (Corresponding Author)

** PhD in Economics, ktanriseven38@hotmail.com

growth and economic growth has been investigated. Also the Feldstein-Horioka Puzzle has been examined. As noted by Frankel and MacArthur (1988) capital mobility among global industrialized countries has been at a high level. This proves that the capital movement of the industrialized countries is high in the global sense (Sachs, 1981). After the concept of Feldstein-Horioka Puzzle, many studies have been carried out in support of this study (Vos, 1988; Jansen, 1997). Moreover, the opinion of the industrialized countries put forward in the Feldstein-Horioka Puzzle that the relation between saving and investment (GDP ratios) is high has been maintained for many years. This means that scientists believed in the acceptability of this thought. Subsequent studies claim that savings and investment variables are cointegrated variables. In Miller (1988) 's study, the long run relationship of savings and investment is addressed by peer integration techniques. In the study, Kónya (2015) examined the saving investment relationship for BRICS (Brazil, Russia, India, China and South Africa) countries. Ketenci (2012) study tested the validity of Feldstein-Horioka Puzzle for 23 European countries. As a result, the validity of Feldstein-Horioka Puzzle was accepted in this study for the period 1995-2009. In Ketenci's study, analyzes such as structural fracture test and cointegration approach were applied.

Ho (2002) described in his study the Feldstein-Horioka Puzzle and his analysis of the study done earlier in Kroll's study of why the result of the 1996 study is low-coefficient. He stressed that it is very important to decide which analysis should be applied in a study. Some researchers have found that savings and investment variables in their studies tend to be long run cointegrated variables (Jansen and Schultz, 1996, Coakley and Kulasi, 1997, Gundlach and Sinn, 1992, Mamingi, 1997). Chang & Smith (2014) has developed a DSGE model for Feldstein-Horioka Puzzle. Accordingly, this model explains the high saving-investment relationship in the developed countries and the low relation in the undeveloped countries. The validity of Feldstein Horioka Puzzle evaluated the results of using some regression estimators to test in his study (Chu, 2012). It can not be said that Feldstein-Horioka Puzzle is invalid according to this study. Because in the study some analysis of the researcher's anxieties about the reality of some data and the analysis of the construction has been revealed.

In their study, Ma & Li (2016) set up a time-dependent cointegration model by referring to Feldstein-Horioka Puzzle and evaluated the results of the analysis. Accordingly, saving-investment relationships are examined within this model. According to the results of the analysis, the saving coefficients were found to be higher in the developed countries compared to the undeveloped and developing countries. Some researchers use cointegration variables to test the hypothesis of the saving-retention coefficient and have found supportive findings in Feldstein-Horioka Puzzle (Caporale, Panopoulou and Pittis, 2005). Drakos, Kouretas, Stavroyiannis, & Zarangas (2017) studied the saving-investment relationship in relation to the data of 14 developed EU countries. According to the results of the analysis, it has been stated that the long run saving changes according to the investment-related capital mobility. He also mentioned that the error correction parameters are a great asset for this issue. Including the 1960s and the following 36 years, there are also studies using cointegrated variables of savings and investment variables for Greece data (Pelagidis and Mastrogiannis, 2003). They have also observed that the savings reserve coefficient decreases at certain rates.

A study is noteworthy here. Contrary to the studies that point out that the saving retention coefficient mentioned above is significantly reduced, Krol (1996) developed a panel technique. On the contrary, Gomes, Ferreira and Filho (2008) examined whether the relation between savings and investment variables could change for any period of time or for a particular period. Investigations that show a similar savings-investment relationship due to certain economic relationships between countries are usually cross-sectional surveys. This is a strong assumption. Because every country has enough capital to control and transfer capital at a certain level. In most of the increasingly industrialized national economic markets, integration has emerged because of the liberalization of markets (Ozmen and Parmaksiz, 2003). Therefore, the saving retention criterion can change over time without stagnation. In the study of Ozmen and Parmaksiz (2003), it was found out that in 1979, with the abolishment of foreign currency trading control, the saving investment relationship was also left behind. In the study of Behera (2015), he interpreted BRICS countries' savings investment relationship between 1970-

2013. In some studies, it is claimed that the savings-investment relationship varies due to the fluctuation of the floating exchange rate on weekends (De Vita & Abbott, 2002). In some studies the validity of the Feldstein-Horioka Puzzle has been tested (But & Morley, 2017). As a result of the analysis, according to OECD data, there was a record low in saving-investment relation in 2008 crisis, but since 2008 crisis, saving investment relationship has been found to be getting stronger.

According to Goldman Sachs, a US based multinational investment bank established in 1869 and headquartered in New York, the BRIC economies are expected to have a G6 in 2025 (US, Japan, France, Germany, Italy and United) (Pao & Tsai, 2010). Because of the high population density in India and China, and because of the low labor costs, China and India are positioned to confront many countries around the world with their economic growth and development rates. Russia, on the other hand, has the advantage that its current position in these fields is due to its natural resources and social, political, economic, technological and military developments. Brazil, one of the BRIC countries, has gained mastery over the US's global idea of property law. With the patent law created in 1997, drug costs have been reduced, and the new law and the ability to develop local manufacturing capacity and expertise for specific drug products ending their patents have been introduced. Such developments highlight Brazil's economic position in the world (Bird & Cahoy, 2007).

Contrary to the Feldstein-Horioka study, there are studies that claim that the relation between saving / GDP and investment / GDP is not a sign of capital mobility. In Behera (2015) study, Obstfeld (1986) stated that savings / high relationship between GDP and investment / GDP may be a sign of economic growth. In the same study, it is mentioned that McClure (1994) 's financial and monetary policies are well coordinated by monetary authorities and that the relationship between savings / GDP and investment / GDP ratios is a sign of high capital mobility.

In this study, it was aimed to determine the course of this relationship with the saving investment relation of BRIC countries by referring to the Feldstein-Horioka Puzzle which is mentioned in many parts about this topic. According to this, the saving-GDP ratio and investment-GDP ratio data of BRIC countries (Brazil, Russia, India and

China) are used between 1994-2015. With this study the first contribution is aimed at providing the literature on Feldstein-Horioka Puzzle together with this study is to test the validity of Feldstein-Horioka Puzzle in the rapidly developing countries. The second contribution is to determine the long run short run relationship with the cointegration test in BRIC countries. In this study, we first mentioned the previous studies in the literature. In the second part, the sample group included in the study is given information about the data and the analysis applied. In the third part of the study, the results obtained are tabled and examined. In the last part, the results related to the study were interpreted and suggestions for researchers and firms were presented.

1. METHODOLOGY

In the study, savings-GDP ratios and investment-GDP ratios of BRIC countries between 1994 and 2015 were used for analysis. In the study of Feldstein & Horioka (1980), these two ratios were formulated as follows:

$$\frac{I_i}{Y_i} = \alpha + \beta \frac{S_i}{Y_i} + \varepsilon_i$$

Eviews 9.5 and Stata 14.2 package program was used in analyzing the data in the study. According to this, between 1994 and 2015, it was determined whether there is a relation between the investment / GDP ratios of the saving / GDP ratios of the mentioned countries. The data is derived from the World Bank official website (The World Bank) and from Quandl (Quandl: Financial, Economic and Alternative Data) websites, where financial, economic and alternative data are available. In the study, the data was analyzed with the panel data system. In order to avoid the problem of seasonality in the study, the data are annually analyzed.

2. RESULTS

Before the BRIC countries are analyzed to determine the relationship between savings/GDP and investment/GDP ratios, in order to have an idea about the data it will be useful to understand the structure of these rates that countries have. Table 1 below

shows the largest, smallest, average and standard deviation of savings/GDP and investment/GDP rates on a country basis from 1994 to 2015.

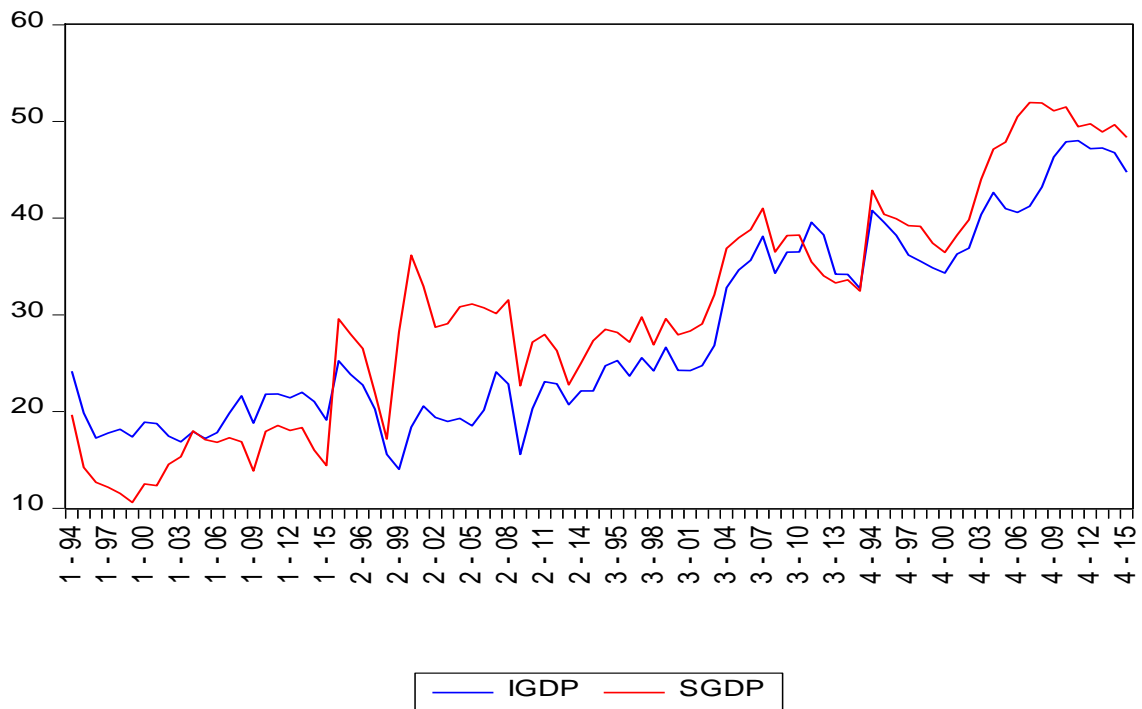
Table 1: Savings / GDP and Investment / GDP Statistics of BRIC Countries

Country		Max	Min	Mean	Std. Dev.
Brazil	I/GDP	24,173	16,857	19,405	1,986
	S/GDP	19,664	10,595	15,404	2,586
Russia	I/GDP	25,245	14,038	20,487	2,849
	S/GDP	36,154	17,159	27,814	4,057
India	I/GDP	39,577	23,683	30,804	5,547
	S/GDP	41,001	26,918	32,909	4,327
China	I/GDP	48,006	34,328	41,362	4,465
	S/GDP	51,966	36,459	45,259	5,355

Between 1994-2015

The correlation graph for the determination of the relationship between savings / GDP and investment / GDP ratios of BRIC countries is given in Figure 1 as a result of the correlation analysis.

Figure 1: Savings / GDP and Investment / GDP Trends of BRIC Countries



Between 1994-2015

The horizontal axis according to Fig. 1 is Brazil, Russia, India and China which are denoted by 1, 2, 3, 4 and abbreviated as BRIC respectively. The red line represents the savings / GDP ratio, while the blue line represents the investment / GDP ratio. The correlation coefficient takes a value between -1 and +1. Correlation coefficient of -1 is a perfect relation, 0 means it is irrelevant. If the coefficient is less than 0,30 it is weak, between 0,30 and 0,70 is medium, and if it is 0,70, it is highly correlated (İslamoğlu & Alnıaçık, 2016). As a result of the correlation analysis of these two variables, the correlation coefficient is 0.898. Accordingly, a high level of association has been identified.

After this point, the unit root test was applied to determine the stability of the variables. According to the results obtained with this test, if the probability values related to the data are below the significance levels, it is determined that the data are not stable if it is greater than 0,1. According to this, in the study, LLC test that Levin, Lin, & Chu (2002) developed. The results of the analysis are shown in Table 2.

Table 2. Levin Lin Chu Unit Root Test Results at a Level

VARIABLE S	Constant			Constant and Trend		
	Statistic (Unadjusted t^*)	Statistic (Adjusted t^*)	P-Value	Statistic (Unadjusted t^*)	Statistic (Adjusted t^*)	P-Value
SGDP	-3,0038	-0,7951	0,2133	-3,3019	-1,4463	0,9260
IGDP	-3,2528	-0,9466	0,1719	-5,7557	-0,7012	0,2416

Abbreviations: SGDP (Savings/GDP) IGDP (Investment/GDP) ***0,01 significant at the level of %1 **0,05 significant at the level of %5 *0,1 significant at the level of %10.

Table 2 shows the significance values for the SGDP and IGDP variables. On the left side of the table is constant, while on the right side is the constant and trend unit root test results. According to this, when the probability values of both variables are

considered, it is seen that they are both stable and not stationary and trendy. That is, both variables contain unit roots. In order to ensure the stability of the variables, the first difference was taken and the LLC test was applied again. The results of the LLC test for the first difference variables are shown in Table 3.

Table 3. Levin Lin Chu Unit Root Test Results at First Level

VARIABLES	Constant			Constant and Trend		
	Statistic (Unadjusted t^*)	Statistic (Adjusted t^*)	P-Value	Statistic (Unadjusted t^*)	Statistic (Adjusted t^*)	P-Value
SGDP	-5,8269	-2,0463	0,0204 **	-5,8564	-1,9644	0,0247**
IGDP	-7,3760	-3,8389	0,0001 ***	-7,2416	-3,2087	0,0007***

Abbreviations: SGDP (Savings/GDP) IGDP (Investment/GDP) ***0,01 significant at the level of %1 **0,05 significant at the level of %5 *0,1 significant at the level of %10.

As a result of the LLC unit root test for the variables according to Table 3, the probability values were found to be crude stable and stationary in the constant and constant and trend . According to this, IGDP and SGDP variables are stationary in the first difference, ie they do not contain unit roots.

In the study, ARDL analysis was conducted to determine long and short run relationships of relations. In the Nkoro and Uko (2016) study, it refers to the ARDL approach as an assumption that there is only one relationship between the dependent variable and the exogenous variables in a reduced form. According to this, it is obtained by calculating the long-run relationship between the variables first determined in the ARDL analysis (Nkoro & Uko, 2016). Below are the results of ARDL analysis of investment/GDP and savings/GDP panel data.

Table: 4 ARDL Analysis Results of Investment / GDP and Savings / GDP Data of BRIC Countries Between 1994-2015

Variable	Coefficient	Standart Error	T- Statistic	Prob.
Long Run				
IGDP	0,645	0,093	6,902	0,001***
Short Run				
COINTEQ01	-0,394	0,089	-4,439	0,001***
D(SGDP(-1))	0,309	0,078	3,942	0,001***
D(SGDP(-2))	0,202	0,218	0,927	0,358
D(SGDP(-3))	0,138	0,188	0,737	0,465
D(IGDP)	0,538	0,076	7,052	0,001***
D(IGDP(-1))	-0,470	0,097	-4,869	0,001***
D(IGDP(-2))	-0,066	0,073	-0,905	0,370
D(IGDP(-3))	0,047	0,260	0,180	0,858
C	4,78	1,549	3,086	0,003***

*** significant at 0,01 level ** significant at 0,05 level * significant at 0,1 level

Standard error, coefficient, t values and significance level values of the savings/GDP and investment/GDP variables in the table are shown. According to the table, long run relationship between saving / GDP and investment / GDP ratios of BRIC countries was found at a significance level of 0,01. Again, the relationship between the same variables at the level of significance of 0,01 was determined in the short run. Looking at the coefficient values in the table, it can be said that in the long run, one unit increase in saving will cause an increase of 0,645 units in investments. In the short run, it is seen that there is a significant cointegration relationship between the variables in the study (p=0,001). There is also a significant short run relationship between IGDP and SGDP variables according to the first difference (p=0,001). According to the first difference, a unit increase in the SGDP would result in an increase of approximately 0,3% in the IGDP.

3. CONCLUSION

In this study, the relationship between savings / GDP and investment / GDP ratios of the BRIC countries in 1994-2015 as a sample of the study by referring to Feldstein-Horioka Puzzle was analyzed and the results are shown. In order to avoid the problem of seasonality, the data are annually analyzed and analyzed by panel data technique. The high correlation between investment/GDP and savings/GDP in Feldstein-Horioka Puzzle is claimed to be a sign of low capital mobility. However, the relationship between investment / GDP and savings / GDP ratios in an environment of increasing capital mobility between globalizing economies and countries has been shown to be influenced by the coordination of monetary and fiscal policies of the monetary authorities or the study of Obstfeld (1986) can be said to be a demonstration of economic growth.

In the study, data from four countries called BRIC (Brazil, Russia, India and China) were analyzed and the analysis results were evaluated for these four countries. The results of the study do not support the judgement of Feldstein and Horioka (1980) that the high correlation between investment / GDP and savings / GDP, expressed as Feldstein-Horioka Puzzle, is indicative of low capital mobility. In this study, the results obtained may be different because the number of countries included in the analysis is less qualitative.

Accordingly, in the future study to be undertaken in this regard, researchers' studies involving BRIC countries with larger numbers of samples may lead to different results. In the study, the results of the data for the countries of 1994-2015 were analyzed and interpreted. In subsequent studies, providing data containing larger time periods that may be available may allow more general results to be achieved. As the BRIC countries are seen as an economic threat by these countries to register faster growth and growth than those in the US and EU countries, the movements in various economic competitiveness may differ from the economic data of the countries in the other group.

Assuming that long run savings can turn into investment, long run savings in developing countries can be considered suitable for investment but not enough when compared with developed countries. Because coefficient number is 0,645 is lower than 0,7. İslamoğlu & Almiaçık (2016) accept 0,7 value as a high correlation coefficient.

Accordingly It can not be said there is a high correlation between investment and savings in the long run. In the short run, it is seen that the relation coefficient is lower than long run. From this point of view, it can be said that in the short run, which has a higher relation because of the higher savings and investment relation coefficient in the long run, it has a lower relation because the coefficient is lower than the long run.

Reference

- Behera, S. (2015). Saving-Investment Dynamics And Capital Mobility In The Brics, 1970-2013. *Applied Econometrics and International Development*, 5-22.
- Bird, R., & Cahoy, D. (2007). The Emerging BRIC Economies: Lessons from Intellectual Property Negotiation and Enforcement. *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*, 400-425.
- But, B., & Morley, B. (2017). The Feldstein-Horioka Puzzle And Capital Mobility: The Role of the Recent Financial Crisis. *Economic Systems*, 139-150.
- Cantillon, R. (1952). Essai sur la nature du commerce en général. *INED*.
- Caporale, G., Panopoulou, E., & Pittis, N. (2005). The Feldstein-Horioka Puzzle Revisited: A Monte Carlo Study. *Journal of International Money and Finance*, 1143-1149.
- Chang, Y., & Smith, R. (2014). Feldstein-Horioka puzzles. *European Economic Review*, 98-112.
- Chen, S., & Shen, C. (2015). Revisiting The Feldstein-Horioka Puzzle With Regime Switching: New Evidence From European Countries. *Economic Modelling*, 260-269.
- Chu, K. (2012). The Feldstein-Horioka Puzzle and Spurious Ratio Correlation. *Journal of International Money and Finance*, 292-309.
- Coakley, J., & Kulasi, F. (1997). Cointegration of Long Run Saving And Investment. *Economics Letters*, 1-6.
- De Vita, G., & Abbott, A. (2002). Are Saving And Investment Cointegrated? An Ardl Bounds Testing Approach. *Economics Letters*, 293-299.
- Drakos, A., Kouretas, G., Stavroyiannis, S., & Zarangas, L. (2017). Is The Feldstein-Horioka Puzzle Still With Us? National Saving-Investment Dynamics And International Capital Mobility: A Panel Data Analysis Across Eu Member Countries. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 76-88.
- Feldstein, M., & Horioka, C. (1980). Domestic Saving and International Capital Flows. *Economic Journal*, 314-329.
- Frankel, J. (1992). Measuring International Capital Mobility: A Review. *American Economic Review*, 197-202.
- Frankel, J., & MacArthur, A. (1988). Political vs Currency Premia in International Real Interest Differentials: A Study of Forward Rates for 24 Countries. *European Economic Review*, 1083-1121.
- Ghosh, A. (1995). International Capital Mobility Amongst The Major Industrialized Countries: Too Little or Too Much. *Economic Journal*, 107-128.
- Gomes, F., Ferreira, A., & Filho, J. (2008). The Feldstein-Horioka Puzzle In South-American Countries: A Time Varying Approach. *Applied Economics Letters*, 859-863.
- Gundlach, E., & Sinn, S. (1992). Unit Root Tests Of The Current Account Balance: Implications For International Capital Mobility. *Applied Economics*, 617-625.
- Ho, T. (2002). The Feldstein-Horioka puzzle revisited. *Journal of International Money and Finance*, 555-564.
- İslamoğlu, A., & Almaçık, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Jansen, W., & Schultz, G. (1996). Theory-Based Measurement Of The Saving-Investment Correlation With An Application To Norway. *Economic Inquiry*, 116-132.

- Jansen, W. (1997). Can The Intertemporal Budget Constraint Explain The Feldstein-Horioka Puzzle? . *Economics Letters*, 77-83.
- Ketenci, N. (2012). The Feldstein–Horioka Puzzle and structural breaks: Evidence from EU members. *Economic Modelling*, 262-270.
- Knack, S., & Keefer, P. (1997). Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, 1251-1288.
- Kónya , L. (2015). Saving and Investment Rates In The BRICS Countries. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 429-449.
- Krol, R. (1996). International Capital Mobility: Evidence From Panel Data. *Journal of International Money and Finance*, 467-474.
- Kumar, R., Stauvermann, P., Kumar, N., & Shahzad, S. (2018). Exploring The Effect of Ict and Tourism On Economic Growth: A Study Of Israel. *Economic Change and Restructuring*, 1-34.
- IBLIOGRAPHY Levin, A., Lin, C., & Chu, C. (2002). Unit Root Tests In Panel Data:Asymptotic And Finite-Sample Properties. *Journal of Econometrics*, 1-24.
- Ma, W., & Li, H. (2016). Time-Varying Saving–Investment Relationship And The Feldstein–Horioka Puzzle. *Economic Modelling*, 166-178
- Mamingi, N. (1997). Savings Investment Correlations And Capital Mobility: The Experience Of Developing Countries. *Journal of Policy Modeling*, 605-626.
- McClure, J. (1994). The Feldstein-Horioka Puzzle: The Is-Lm Model With Optimal Policy. *Open Economies Review*, 371-382.
- Miller, S. (1988). Are Saving and Investment Cointegrated. *Economics Letters*, 31-34.
- Nkoro, E., & Uko, A. (2016). Autoregressive Distributed Lag (Ardl) Cointegration Technique: Application And Interpretation. *Journal of Statistical and Econometric Methods*, 63-91.
- Obstfeld, M. (1986). Capital Mobility in the World Economy: Theory and Measurement. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*, 55-103.
- Ozmen, E., & Parmaksiz, K. (2003). Policy Regime Change And The Feldstein–Horioka Puzzle: The Uk Evidence. *Journal of Policy Modeling*, 137-149.
- Pao, H.-T., & Tsai, C.-M. (2010). Co2 Emissions, Energy Consumption And Economic Growth In Bric Countries. *Energy Policy*, 7850-7860.
- Pelagidis, T., & Mastroiannis, T. (2003). The Saving-Investment Correlation In Greece, 1960–1997: Implications For Capital Mobility. *The Journal of Policy Modeling*, 609-616.
- Penati, A., & Doonley, M. (1984). Current Account Imbalances and Capital Formation Industrial Countries. *International Monetary Fund Staff Papers*, 1-24.
- Quandl: *Financial, Economic and Alternative Data*. 11 01, 2017 <https://www.quandl.com/>
- Sachs, J. (1981). The Current Account and Macroeconomic Adjustment in The 1970’S. *Brookings Papers on Economic Activities*, 201-268.
- Shahiduzzaman, M., & Alam, K. (2014). Information Technology And Its Changing Roles To Economic Growth And Productivity In Australia. *Telecommunications Policy*, 125-135.
- Tesar, L. (1991). Savings, Investment And International Capital Flows. *Journal of International Economics*, 55-78.
- The World Bank. 11 01, 2017 <http://www.worldbank.org/>
- Thornton, H. (2017). *An enquiry into the nature and effects of the paper credit of Great Britain*. Routledge.
- Vos, R. (1988). Savings, Investment And Foreign Capital Flows: Have Capital Markets Become More Integrated? *Journal of Development Studies*, 310-334.

2026 KIŞ OLİMPİYATLARI ADAYLIĞI ÇERÇEVESİNDE ERZİNCAN BAKIR İŞLEMECİLİĞİNE BİR BAKIŞ VE MUHABESE KAYITLARI

Selami GÜNEY*

Öz

Zamanın her şeyi değiştirme gücü vardır ve toplumlar farkına varmasalar bile bu değişimlerden gerekli payı alırlar ve bu değişimlere ayak uydurmaya çalışırlar. Değişen hayat koşulları ve endüstrileşmenin sonucunda bir zamanların çok popüler olan geleneksel el sanatları zamanla eski önemini kaybetmiştir. Günümüzde kendi atölyelerinde küçük ölçekli işletmeler olarak faaliyet gösteren sınırlı sayıda esnaf tarafından uygulanmaktadır. Bakırcılık binlerce yıldır Anadolu'da icra edilen en eski ve popüler el sanatlarından biridir. Eskiden çoğunlukla Erzurum, İstanbul, Ankara, Çorum, Kahramanmaraş, Gaziantep, Şanlıurfa, Erzincan, Tokat, Diyarbakır, Muğla gibi illerimizde bakırdan yapılan eşyalar çaydanlık, tepsi, kahve kapları, çerçeve gibi günlük ev eşyaları olarak kullanılırdı ancak zamanla teknolojik gelişmelerden dolayı ortaya çıkan yeni tür eşyalarla birlikte bu bakır eşyalar evlerden uzaklaştı. Günümüzde bakır işlemeciliği başta Erzincan ve Gaziantep olmak üzere belli başlı birkaç ilde hayatını devam ettirmeye çalışmaktadır ancak küçük işletmelerce bu bakır eşyalar daha çok süs eşyası ya da hediyelik eşya olarak üretilmektedir. İyi bir planlama ve organizasyonla bu işletmeler hem işsizliğe karşı bir çözüm, hem de bu işin yapıldığı iller için iyi bir gelir kaynağı olabilir. Ayrıca maliyet muhasebesi açısından bu işletmeler son derece öğretici ve uygulayıcı merkezler olabilir. Yine Erzurum, Erzincan ve Sarıkamış illerinde yapılması düşünülen 2026 Kış olimpiyatları dikkate alındığında bakır işlemeciliğine verilecek önem hem şehrin tanıtımına hemde şehrin ekonomisine katkıda bulunacaktır. Erzincan'da yapılan bakır işlemeciliğini temel alan bu çalışma günümüzde küçük işletmelerce yapılan bu işin tam vergi mükellefi bir işletmede yapılması halinde ne gibi değişimler olacağını ve bu değişimin muhasebe kayıtlarına nasıl yansıtılacağını saptamak amacıyla yapılmıştır. Üç bölümden oluşan bu çalışmanın İlk bölümde genel olarak bakır işlemeciliğinin tarihi gelişimi hakkında bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde Muhasebede mükellefiyet kavramı ve mükelleflerin defter tutmaları için gerekli şartlar hakkında açıklamalar yapılmıştır. Son bölümde ise tam mükellef olan bir bakır işleme işletmesinin yapması gereken muhasebe kayıtları gösterilerek önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bakır, Bakırcılık, Mükellefiyet, El Sanatları Muhasebesi.

AN OVERVIEW ON THE ERZİNCAN COPPER PROCESS AS A NOMINEE FOR THE OLYMPIC WINTER GAMES 2026 AND RELATED ACCOUNTING RECORDS

Abstract

Time has the power to change everything, and even if societies become unaware of it, they get the necessary share from the sechanges and try to keep up with these changes. As a result of changing living conditions and particularly industrialization, the traditional handicrafts which once were very popular lost much of their former importance with time. Today they have been practised by a limited number of artisans operating their businesses as small scale owners in their own workshops. Coppersmithing has been one of the oldest and most popular handicrafts practised in Anatolia for thousands of years. Mostly

* Doç.Dr., Erzincan Üniversitesi, İ.İ.B.F./İşletme Bölümü, e-mail : slmguney@hotmail.com

produced in the cities of Erzurum, Istanbul, Ankara, Çorum, Kahramanmaraş, Gaziantep, Şanlıurfa, Erzincan, Tokat, Diyarbakır and Muğla, copper objects were used as everyday household items like teakettles, trays, coffee pots and frames. But they were moved away from houses and exchanged with new kinds of goods due to technological improvements. Today, copper business still exists in some cities of Turkey, especially in Erzincan and Gaziantep, but copper objects are mostly produced as decorative items or souvenirs by small businesses. A good strategic plan can allow these small businesses to provide a solution to unemployment and a good source of revenue for the cities in which these copper objects are produced. In addition, in terms of cost accounting, these enterprises can be very instructive and practising centers. Also, considering the 2026 Winter Olympics, which is planned to be held in Erzurum, Erzincan and Sarıkamış, the importance to be given to copper processing will contribute both to the promotion of the city and to the economy of the city. The study which is based on copperwork in Erzincan has been conducted with the aim of determining what kind of changes will occur if this copper work which is being produced by small businesses to day is to be produced by an enterprise which is liable for tax in full and how these changes will be reflected in the accounting records. In the first part of the study, which is made up of three parts, general information about the historical development of copper work has been given. In the second part, the concept of tax liability in accounting and their record keeping requirements of tax payers have been explained and in the last part, some suggestions have been made by showing the accounting record that should be done by a copper processing business which is liable for tax in full.

Keywords: Copper, Coppersmithing, Tax Liability, Handicraft Accounting.

GİRİŞ

Toplumların değişime karşı koyamamasının bir sonucu olarak ortaya çıkan değişim ihtiyacı geleneksel olarak görülen birçok şeyi bir anda ortadan kaldırmıştır. Toplumsal yaşamının birçok alanında kullanılan bakır bu değişimin sonucu olarak günümüzde sadece hediyelik eşya ürünleri yapımında ve daha çok sanayi alanında kullanılan bir maden haline dönüşmüştür. Kolay işlenmesi ve ülkemiz coğrafyasında çok bulunmasından dolayı o alanda bir sanayi ve iş kolu olan bakırcılık günümüzde birkaç küçük işletmenin emek yoğun olarak faaliyet sürdürmeye çalıştığı bir hale dönüşmüştür.

Bu amaçla özellikle bakır işlemciliği ile tanınan Erzincan ili özelinde hem bakır işlemciliğinin Erzincan'daki bugününe ışık tutmak aynı zamanda gerekli destek sağlanması halinde bakır işlemciliğinin Erzincan ekonomisine yapabileceği katkılara, ayrıca tam mükellef bir işletme olması halinde muhasebede yapacağı kayıtlar hakkında yardımcı olmak bu çalışmanın ana gayesini oluşturmaktadır.

1. ERZİNCAN HAKKINDA GENEL BİLGİ

Doğu Anadolu'nun kavşak noktasında bulunan Erzincan İlinin Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından adrese dayalı kayıt sistemi verilerine göre yayınlanan nüfusu 226.032 kişidir. Söz konusu bu nüfusun 154.068 kişisi kent merkezinde, 71964 kişisi ise kırsal kesimde yaşamaktadır (<http://www.nufusu.com/il/erzincan-nufusu>).

Cumhuriyet döneminden önce tarım ve hayvancılığa dayanan bir ekonomiye dayanan kent ekonomisi bugünde yine aynı özelliğini sürdürmektedir. İbn-i Batuta XIV'yy'da kentte dokumacılığın ve bakır eşya yapımının ileri düzeyde olduğundan bahsetmektedir. Diğer bir gezgin olan Evliya Çelebi XVII yy'da Erzincan'ı alçak duvarlı kalesi içinde; 200 ev ile bir cami, kale dışında ise 1800 ev, 7 cami, 60'dan fazla mescit ve 500'den fazla dükkânın yer aldığı bir çarşı ve bedestenden bahsetmektedir. Özellikle 500'den fazla dükkânın varlığının Erzincan ilinin gelişmiş bir ticari hayata sahip olduğuna işaret etmektedir (<http://www.erzincangazetesi.com.tr>).

Uzun yıllar süren savaşlar sonucunda kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında da Erzincan ilinin tarım ve hayvancılığa dayanan ekonomik yapısı devam etmiştir. Tüm doğu illerinde olduğu gibi Erzincan ilinde de o yıllarda sanayiden söz etmek mümkün değildir. Bu şartların yanı sıra 1939 yılında yaşanan deprem şehrin kalkınma çabalarına olumsuz etki yapmıştır. Deprem riski gerçeği özel kesim yatırımlarının ile gelmesini engellemiştir. 1960'lı yıllardan sonra şehirdeki altyapı çalışmalarının kırsal kesime yani köylere ve beldelere götürülmesine çalışılmış, bu yıllarda yapılan köprü, su elektrik gibi hizmetlerle köyden kente göçün önüne geçilmeye çalışılmıştır (Yavi,1994, 238).

1970 ve 80'li yıllara gelindiğinde Erzincan'da bakırcılık en gözde meslek olmuştur. Hem yurtiçi hem de yurtdışında bakırdan yapılan işleme süs eşyalarının pazarlanması ile bu meslek dalı yüzlerce ailenin geçim kaynağı olmuştur (Yavi,1994, 239).

Şehrin ekonomisinde yaşanan bu olumlu gelişmeye bağlı olarak artan ticareti yoğunluk sayesinde gelişmeye ve tarım ve hayvancılığa dayalı ekonomiden ticari ağırlıklı bir ekonomiye geçmeye çabalayan ekonomik yapı 1992 yılında yaşanan deprem felaketi ile 1939 yılından sonra ikinci bir yıkıma uğramış depremden sonra

özellikle Erzincanlı iş adamları şehri terk etmişlerdir. İş adamlarının şehri terk etmeleri ile birlikte birçok iş yeri kapanmış, kurulu fabrikalar çalışamaz hale gelmiştir. Erzincan ilinin ekonomik olarak kendini toplaması 2000’li yıllarda olmuştur. Özellikle Ergan Dağı Tesisinin hizmete açılmasından sonra Erzincan kış sporları cazibe merkezi haline gelecektir (Yavi, 1994, 239).

Erzincan, 2017 yılında açıklanan ve 23 ili kapsayan fabrika binası yapımı makine alımı ve en önemlisi üretilecek ürünün alım garantisi veren ve cazibe merkezleri olarak bilinen teşvik kapsamına da alınmıştır (11.01.2017 tarih ve 29945 sayılı resmi gazete).

2. BAKIR İŞÇİLİĞİ

İnsanoğlu tarafından bulunan ve kullanılan en eski maden olan bakır kolay işlenmesi bakımından tercih edilen bir obje olmuştur. Bakırcılıkta, madenin işlenmesinin kolay olması nedeniyle en eski el sanatı olma özelliğini korumaktadır (Kaya, 1981, 1).

Bakır madeninin kolay işlenmesi nedeniyle en küçük fincan kabından büyük büyük kazanlara varıncaya kadar birçok ürün üretilmiş ve kullanılmıştır. Ayrıca bu iş zamanla başlı başına bir sanat kolu haline gelmiştir. Bakırın yaygın olarak kullanımı halkın yüzyıllardır süregelen yaşamında önemli bir yer edinmiştir. Halen daha halk arasında kullanılmakta olan leğen, bakraç, kazan güğüm ibrik gibi eşyaların temelinde bakır bulunmaktadır. Sosyo-ekonomik yapının getirdiği olumsuz değişimler sonucunda artık insanbakır kullanımını çok hızlı bir şekilde terk ettiği görülmektedir (Karabacak, 2011, 80).

Çok eski zamanlardan bugüne ulaşmayı başaran nadir el sanatlarından biri olan bakırcılık, diğer tüm el sanatlarında olduğu gibi fazla emek ve zaman istememektedir. Verilen emek ve zamanın karşılığında üretim miktarının az olması, yapılan ürünlerin satışından elde edilen gelirin yeterli düzeyde olmaması; aynı gereksinimi karşılayan değişik hammaddeli sanayi ürünlerinin çok çeşitli ve bol miktarda bulunabilmesi fiyatının el sanatlarına göre çok büyük oranlarda ucuz olması bu tür ürünlerin giderek piyasadan silinmesine neden olmaktadır. Ancak bakırcılığın Türkiye’de bazı merkezlerde hala geçerli olduğu ve bu sanatla geçimini sağlayan kişilerin var olduğu

bilinmektedir. Bakırcılık günümüzde eski durumunu koruyamamakla birlikte, Türkiye'nin İstanbul, Ankara, Çorum, Kahramanmaraş, Gaziantep, Şanlıurfa, Erzincan, Tokat, Diyarbakır, Muğla vb. yörelerinde bir el sanatı olarak sürdürülmektedir (Özdemir, Kaya, 2011, 1250).

3. GÜNÜMÜZDE BAKIR İŞLEMECİLİĞİ

Bilinen ilk madenlerden biri olması nedeniyle yüzyıllar öncesine giden bir tarihi olan bakır işlemciliği günümüzde daha çok hediyelik eşya süs eşyaları olarak işlenmektedir. Artık daha küçük objeler halinde çalışıldığı için yeni teknikler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu tekniklerin başında bakır el işlemciliği diye adlandırılan yeni bir bakır işleme tekniği daha ortaya çıkmıştır. Tekli diye de adlandırılan bu el işlemciliğinde tornavidaya benzer farklı incelikte çelik kalemler kullanılmaktadır (Belli, Gündoğ,1994,58).

Bakır işlemciliği geleneksel el sanatlarımızın pek çoğunda da olduğu gibi araç gereç yönünden çok fazla malzemeye ihtiyaç duymaz. Alet ve araçtan çok elin işçiliği öne çıkmaktadır. Bakır el işlemciliğinde malzeme: işlenecek bakır eşya ile bakır işleme kalemleridir. Bakır işlemede kullanılan araç ve gereçler: Bakır işleme kalemleri, pergel, cetvel, karbon kâğıdı, bileyi - zımpara taşıdır (Belli,1988,33).

Bakır işlemciliğini aşağıdaki şekilde sınıflandırabiliriz:

- a) Makine El İşlemciliği
- b) Baskı Tekniğiyle Üretim
- c) Mine İşleme
- d) Bakır Üzerine Portre çalışması
- e) Rölyef Çalışmaları (Özdemir, Kaya,2011,1270).

3.1. Bakırcılığın Erzincan Ekonomisindeki Yeri

Gelişen teknoloji beraberinde el emeği ürünlere olan talebi azaltmış, buna bağlı olarak seri üretim yapan fabrikasyon ürünler daha cazip fiyatları sebebiyle el işçiliğini bitme noktasına getirmiştir. El emeği çokça kullanılan bakır işlemciliği aynı zamanda bir istihdam kaynağıdır. Bakırcılığın popüler olduğu dönemler olan 1960-1980 yılları arasında bu atölyelerde çalışan sayısı 1000 kişiyi bulmaktaydı. Günümüzde bu sayı 40'ı

geçmemektedir (Erzincan Valiliği, Erzincan Kültür ve Turizm Envanteri, Ermat Ofset, Erzincan, 2007.)

Bakır ustaları tarafından yapılan el işleme bakır ürünleri 1975 yılında Erzincan Belediyesi tarafından yapılan yer altı çarşısında pazarlanmaktadır. 1980 ve 90'lı yıllarda ise 30 esnaf bakır işlemsi ürünler satmaktayken bugün bu sayı sadece 15'tir. Bu dükkânlar ise asıl katkı sağlayacak olan süs eşyalarından ziyade bakırdan yapılan tavalar, cezveler, bakır fincanlar, saatler, bakırdan satmaktadır. Oysa porte çalışmaları, rölyef çalışmaları daha çok katkı sağlayacak ürünlerdir (İktisadi Araştırma Vakfı, Erzincan Ekonomisi 2023 Vizyonu, İstanbul, 2012).

Erzincan Belediyesi yeraltı çarşında faaliyet gösteren onbeş dükkânın yıllık ortalama ürün satışı 1 milyon TL'yi geçmemektedir. Bakırcılık için bu miktar çok düşüktür. Fakat asıl kötü olan durum bu satışların sadece yüzde yirmi beşi bakır ürünlerini oluşturmasıdır. Özellikle Erzincan'da gerçekleştirilen bakır el işleme çalışmaları Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası tarafından coğrafi işaret kapsamında tescil ettirilmiştir. Üreticilerle çalışma komisyonu oluşturulmuş, bu sanatın tekrar iç ve dış piyasalarda canlandırılması için çalışmalar sürdürülmüştür /sürdürülmektedir. Böylelikle 60'lı yıllarda altın çağını yaşayan ancak fazla üretim amacıyla, kalitesiz mal üretimiyle önemli ölçüde değer kaybeden bu el sanatının yine kaliteli el işlemleriyle dünya pazarlarına açılması, tescilli bu ürünün Erzincan'da tekrar sektör haline getirilerek 3 bin - 5 bin kişinin istihdamı hedeflenmektedir (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2005 yılı raporu, s.66).

3.2. 2026 Kış Olimpiyatları Çerçevesinde Erzincan Bakırcılığı

Türkiye'nin 2026 Kış olimpiyatlarını düzenlemek amacıyla çalışma başlattığı ilgililer tarafından kamuoyuyla paylaşılmıştır (<http://www.tkf.org.tr/tr/haber>). Erzurum-Sarıkamış-Erzincan üçgeninde yapılması düzenlenen bu olimpiyatlarda en az 1 ay boyunca tüm dünyanın ilgisinin bu üç bölgede olacağını göstermektedir. Ayrıca bu yarışmalarda yarışmacı olarak binlerce sporcu ve yine binlerce sporsever bu illere akın edecektir. Bir yere gidildiğinde aranan ve alınmak istenen ürünler genelde o bölgeyi tanıtabilecek ve yıllar sonra görüldüğünde o günleri anımsatacak ürünler olacaktır. Dünyada ses getirecek özellikte olan bakır işleme özellikle Erzincan'ın eskiden bakırla

anılan adını tekrar bakırcılıkla özdeş hale getirecektir. Eğer 2026 perspektifinde Erzincan Ticaret Odası vasıtasıyla buna yönelik gerekli altyapı çalışmaları yapılırsa Erzincan ekonomisi için hem çok iyi bir kaynak sağlanmış, hemde bakır işlemeciliğinin dünyaya tanıtımı daha etkin yapılmış olur.

3.3. Bakır İşlemeciliğine İlişkin Muhasebe Kayıtları

Günümüzde bakır işlemeciliği yapan işletmeler genelde tek kişi tarafından işletilen işletmeler olarak zorlu şartlara karşı ayakta kalma mücadelesi vermektedir. 1970 ve 1980 yılları arasında Erzincan ekonomisinde büyük bir yer kaplayan ve hatta bakır işlemlerinin yurtdışında bile büyük rağbet gördüğü o yüzden de Erzincan'ın adıyla özdeşleşen bakır işlemeciliği 1992 depreminden sonra yaşanan göçler sonrası yok olmayla karşı karşıya kalmıştır. Günümüzde birkaç küçük basit usulde vergilendirilen işletmenin uğraşı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gerekli altyapı çalışmaları yapıldığında bakır işlemeciliği hem Erzincan ekonomisine hem de muhasebe bilimine önemli katkılar sağlayacak potansiyele sahiptir. Özellikle maliyet muhasebesi açısından ürün haline gelene kadar birçok evreden geçen bakır, safha maliyet sistemi için tam bir uygulama alanı olacaktır. Bu amaçla ileride böyle bir işletmenin muhasebe kayıtlarına yardımcı olabilmek amacıyla yapılması gereken kayıtlar aşağıda verilmiştir.

HAMMADDE ALIMI

-----/-----

150. Direkt İlk Madde ve Malzeme XXX

100. Kasa XXX

-----/-----

ÜRETİME SEVK

-----/-----

710. Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri XXX

150. Direkt İlk Madde ve Malzeme XXX

-----/-----

İŞÇİLİK GİDERİ

-----/-----
720. Direkt İşçilik Giderleri XXXX

100. Kasa XXX

-----/-----
ÜRETİM

-----/-----
151. Yarı Mamuller – Üretim XXX

711. Direkt İlk Madde ve Malz. Yansı. Hesabı XXX

721. Direkt İşçilik Giderleri Yansıtma Hesabı XXX

-----/-----
BAKIRIN İŞLENMESİ (işleme yapan ayrıştırılabiliyorsa)

-----/-----
740. Hizmet Üretim Maliyeti

100. Kasa XXX

-----/-----
151. Yarı Mamuller – Üretim XXX

741. Hizmet Üretim Maliyeti Yans. Hesabı XXX

-----/-----
152. Mamuller

151. Yarı Mamuller – Üretim XXX

-----/-----
620. Satılan Mamuller Maliyeti XXXX

152. Mamuller XXX

-----/-----
Eğer Bakır işlemesi ayrıştırılamıyorsa*

-----/-----
151.01. İşlemeye Hazır Yarı Mamuller – Üretim XXX

721. Direkt İşçilik Giderleri Yansıtma Hesabı XXX

-----/-----

*Dağıtım anahtarları yardımı ile oluşan maliyet dağıtılabilir

* 151.01. İşlemeye Hazır Yarı Mamuller-Üretim xxx

151.02. İşleme Yapılan Hazır Yarı Mamuller- Üretim xxx gibi

SONUÇ

Kalkınma ülkeler için istenilen ve o uğurda birçok fedakârlığa katlanılan bir olgudur. Özellikle bölgesel gelişmişlik farklarını ortadan kaldırmak için ülkeler çeşitli programlar uygulamaktadır. Bu amaçla doğudaki geri kalmışlığın önüne geçmek için birçok kalkınma programı uygulanmasına rağmen istenen netice elde edilememiştir.

Doğu Anadolu'da kavşak bir il olan Erzincan bu kısır döngüyü aşmak için birçok çaba ortaya koymasına rağmen özellikle yaşanan depremler bu çabaların meyve vermesini engellemiştir. 11.01.2017 tarih ve 29945 sayılı resmi gazetede yayınlanan Cazibe Merkezleri programı çerçevesinde Erzincan'da birçok yatırım yapılması beklenmektedir. Ayrıca 2026 Kış olimpiyatlarını düzenleme çabaları ve bu olimpiyatların düzenleneceği iller arasında Erzincan'ın olması bir şans olarak görülmelidir. Özellikle Ticaret ve Sanayi odası öncülüğünde Erzincan adıyla özdeşleşen bakır işlemeciliği ile ilgili gerekli eleman yetiştirilir ve bu ürünlerin yapılacağı işletmelerin kurulmasına ön ayak olunursa Erzincan çok kısa zamanda içinde bulunduğu ekonomik durumdan daha iyi bir noktaya gelebilir. Gerekli seviyeye geldiğinde bakır işlemeciliği özellikle maliyet muhasebesi için tam bir uygulama alanı olacaktır.

Kaynakça

- Belli O.(1988).“Yukarı Fırat Bölgesinin Eski Metalürjik Faaliyetlerinin Araştırılması”, VI. Araştırma Sonuçları Toplantısı (23-27 Mayıs), Ankara 1988, ss.333-343
- Belli O., Kayaoğlu İbrahim Gündoğ.,(1994) “M.Ö. I. Binyıldan Günümüze Kadar Erzincan Bakırcılığı”, *Tarih ve Medeniyet Dergisi*, S.6,1994, ss. 58-61.
- Özdemir Melda; Kaya Fatma Ozan (2011).“*Günümüzde Gaziantep İlinde Bakırcılık*”*Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,2011 10(3):1249 -1270 ISSN: 1303-0094
- Karabacak Öznur(2011). “ *Elazığ'da Bakır Sanatı*” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2011
- Kaya Firdevs, (1981). “El ve Köy El Sanatları Çerçevesinde Bakırın İşlenmesi Bakırcılık Üzerine Bir Araştırma”, Ankara Üniversitesi 757. Bilimsel Araştırmalar ve İncelemeler, S.445, Ankara 1981

Naldan Funda (2014). “ Erzincan Bakırcılığı” TurkishStudies International PeriodicalFortheLanguages, LiteratureandHistory of TurkishorTurkic, Volume 9/10,pp.775-796
YaviErsal, (1994), “Doğu Anadolu ve Erzincan”, Özyurt Matbaacılık, , 1994, 1. Baskı, Erzincan.
Erzincan Valiliği, Erzincan Kültür ve Turizm Envanteri, Ermat Ofset, Erzincan, 2007.
İktisadi Araştırma Vakfı, Erzincan Ekonomisi 2023 Vizyonu, İstanbul, 2012.
Sanayi ve Ticaret Bakanlığı,2005yılığ, s.66
11.01.2017 tarih ve 29945 sayılı resmi gazete
[http://www.nufusu.com/il/erzincan-nufusu\(12.02.2017\)](http://www.nufusu.com/il/erzincan-nufusu(12.02.2017))
(http://www.erzincangazetesi.com.tr/index.php?option=com_content&view=article&id12.12.2017)
<http://www.tkf.org.tr/tr/haber/2026-kis-olimpiyatlari-adayligi-kolaylastirilacak> 14.12.2017

HİZMET SEKTÖRÜNDE MARKA FARKINDALIĞININ AVRASYALI TURİSTİK TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ÖNEMİ: MARKA KENTLER

Musa ÇAKIR*

Öz

Gelişmekte olan ekonomilerde ortaya çıkan önemli bir yapısal değişiklik, hizmet sektörünün hem genel ekonomi içerisindeki payının hem de pazar büyüklüğünün hızla artmasıdır. Hizmet sektöründeki pazar büyümesi çeşitlenmeyi ve çeşitliliğe bağlı uzmanlaşmayı da beraberinde getirmektedir. Hizmet sektörü içerisinde sürekli büyüyen ve gelişen turizm ve konaklama hizmetleri yeni tüketici eğilimlerini de ön plana çıkarmaktadır. Bu eğilimlere uyum sağlayan ve markalaşma stratejisini başarılı bir şekilde yürüten işletmeler marka kentlerin oluşmasında önemli rol oynamaktadırlar. Başarıda bir başka önemli unsur ise tüketicilerin zevk ve beğenilerinin farklı olduğundan hareketle, başarının kişiye özel hizmet, ambiyans ve hatta tanıtımdan geçtiği gerçeğidir. Dolayısıyla ortaya çıkan bu demografik eğilimleri doğru okumak sektör işletmeleri için hayati önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Sektörü, Marka Farkındalığı, Turist, Tüketiciler, Marka Kentler.

THE IMPORTANCE OF BRAND AWARENESS ON THE EUROPEAN TOURISTIC CONSUMERS IN THE SERVICE SECTOR: BRAND CITIES

Abstract

A major structural change emerging in developing economies is both the rapid growth of share of the service sector in the overall economy and market size. Market growth in the service sector is accompanied by diversification and diversity-based specialization. Tourism and accommodation services, which are constantly growing and developing with in the service sector, also bring new consumer trends to the fore front. Businesses that adapt to these trends and successfully execute the branding strategy play an important role in the formation of brand cities. Another important element of success is the fact that success depends on customized service, ambience and even presentation due to we were all created differently and we all have different likings. Therefore, reading these demographic trends correctly is vital for sector enter prises.

KeyWords: Service Sector, Brand Awareness, Tourist, Consumers, Brand Cities

GİRİŞ

Hizmet sektörü, 1950'li yıllardan itibaren gelişmiş ekonomilerde tarım ve sanayi sektörünü geride bırakarak ön plana çıkmıştır. Bu sektör ilerleyen yıllarda sadece gelişmiş ekonomilerde değil gelişmekte olan ekonomilerde kendini göstermeye başlamıştır. Dolayısıyla gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hizmetler sektörüne verilen önem artmıştır. Bu sebepten gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülkelerin,

* Dr. Öğr. Üyesi, Siirt Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, e-posta: musacakir@siirt.edu.tr

hizmet ticaretinden elde edecekleri payları arttırmak amacıyla yatırımlarının birçoğunu bu sektöre kaydırdıkları ve markalaşmaya daha fazla önem verdikleri ifade edilebilir.

Çünkü tüketicilerin tercih edebileceği ürün ve marka alternatiflerinin çok fazla sayıda olması işletmeler açısından rekabeti güçlendirmektedir. Rekabet koşullarının oldukça yoğun olduğu bu ortamlar içerisinde işletmeler varlıklarını devam ettirebilmek amacıyla rakiplerinden farklı olmak ve bu farkın tüketici tarafından marka farkındalığına dönüşmesini sağlamak zorundadırlar. Bu da ülkelerin refah seviyesini ve gelişmişlik düzeyini arttıran bir üstünlüktür.

Tüm diğer ürünlerin tüketicileri gibi hizmet tüketicileri açısından da marka farkındalığı yaratabilmek çok önemlidir. Yoğun bir hizmet tüketimi grubu olan turistik tüketiciler için de büyük bir marka haline gelen ürünler veya mekânlar, farkındalığın sağlanması açısından yüksek rekabet ortamları içerisinde kendilerine ciddi avantajlar sağlayabileceklerdir. Turistik tüketiciler bir marka haline gelmiş ürünü veya mekanı tanıyor ve farkında ise, satın alma kararı vermek için çok fazla düşünmez ve bilgi işleme süreci içersinden geçmek zorunda kalmazlar, marka farkındalığı yaratmış bir turistik ürün veya mekan turist içinde zaman ve maliyet yönünden bir olumluluktur (Erciş, Yapraklı ve Can,2009). Özellikle henüz yeterli düzeyde ekonomik istikrar ve rekabet koşulları oluşmamış geçiş ekonomisine sahip ülkelerde işletmeler açısından marka farkındalığı; devamlılık, sektöre hâkim olma, rekabet edebilirlik ve tercih edilebilirlik nedenlerinden dolayı çok daha önemli hale gelmiştir. İşletmelerin coğrafi olarak Çin ve Rusya gibi rekabet edebilmenin mümkün olmadığı çok güçlü üretim alt yapılarına sahip ekonomilere yakınlığı bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Söz konusu ülkelere ucuz, kalitesiz ve taklit malların girmesi zaten nüfus yoğunluğu bakımından istenilen seviyede olmayan, ekonomik olarak alım gücünün ve milli gelirin düşük olduğu bu ülkelerde marka kavramının gelişmesini güçleştirmektedir.

1. HİZMET SEKTÖRÜ VE ÖZELLİKLERİ

Her türlü ekonomik faaliyetin yerine getirilmesinde hayati bir role sahip olan hizmetler geniş bir alanı kapsamaktadır. Sektörün içeriğinde danışmanlık, mühendislik,

ulaştırma, yazılım, sağlık, eğitim, turizm, kişisel bakım üniteleri gibi birçok olan hizmet sektörünün içinde yer almaktadır.

Hizmet sektörü, hizmetten yararlananın bizzat kendisinde veya onun yararına bazı değişikliklere neden olan, zaman, mekân ve şekil faydası meydana getiren endüstrilerdir. Hizmetler, arz edenin hizmetten faydalanan için faaliyet göstermesi, hizmetten faydalananın hizmetin elde edilmesi için gerekli emeği sunması ve hizmetten yararlanan ile hizmeti sunanın karşılıklı etkileşim içinde oluşturmaları suretiyle üretilirler (Aslan, 1998:9).

Hizmetleri mallardan ayıran temel özellikler; saklanamaz olmaları ve fiziksel varlıklarının söz konusu olmamasıdır. Hizmet ticaretinde birçok durumda hizmeti sunan ile hizmetten yararlananın aynı anda aynı yerde olması gerekmektedir. Bu nedenle hizmet ticaretinde küresellik vardır. Hizmet ticaretinde bir diğer özellik yurtdışında tüketim söz konusudur ve hizmetin tedarikçisi, yatırımcı yabancı olmakla birlikte o ülkede bir ofis, şube aracılığı ile faaliyet göstermektedir.

Dünya ekonomisinde hizmet sektörünün bu kadar gelişip büyümesinin ve önem kazanmasının farklı nedenleri söz konusudur. Bunlar; insanların gelir ve boş zamanlarının artması, işgücündeki kadın oranının artması, yeni ve karmaşık ürünlerin ortaya çıkması, ekolojiye ve kaynakların kıtlığına daha çok önem verilmesi ve insanların yaşam beklentilerinin farklılaşması olarak sıralanabilir (Öztürk, 1998:15).

Ortaya çıkan bu farklı nedenler, hizmetler sektöründe yer alan işletmelerin mal üreten işletmelere göre bazı farklı özelliklerini ortaya çıkarmaktadır. Hizmet sektörünün özelliklerine değindiğimizde; en önemli olan özelliklerden biri, kaliteyi ve miktarı ölçme imkânının sınırlı olmasıdır. Hizmetin kalitesini ölçmenin tek yolu tüketiciye sunulurken kontrol etmektir. Ancak bu yöntem de doğru işlemeyebilir. Çünkü hizmetin müşteriye sağladığı doyum subjektiftir; başka bir ifadeyle hizmetleri ölçecek objektif standartlar ya mevcut değildir ya da çok belirsizdir (İbik, 2006:5).

Hizmet sektöründe insan önemli rol oynamakta ve işletmeler genellikle emek yoğun biçimde çalışmaktadırlar. Diğer önemli bir özellik de, maliyet hesaplamalarının yapılması ve hedef pazarın tanımlanması zorluğudur. Bir hizmetin pazarı, birbirine benzer nitelikte bir dizi istekten meydana gelir ve satın alınan hizmetin, tüketicilerin

isteklerini tatmin edeceği varsayılır. Dolayısıyla hizmet pazarının tanımlanmasında sunulacak hizmetin niteliklerinin de açıklanması gerekir (Sayım ve Aydın, 2011:248-249).

Hizmetin Özellikleri:

1. *Soyutluk (Dayanıksızlık):* Hizmetin soyut olması demek, hizmetin elle tutulamaz, görülemez, duyulamaz, bir ölçü birimiyle ifade edilemez, sergilenemez, paketlenemez ve taşınamaz olması anlamına gelir. Herhangi bir şekilde envanteri tutulamamakta, saklanamamakta, standartlaştırılmamakta, üreticiden tüketiciye direkt geçmekte ve mülkiyet ilişkisi bulunmamaktadır. Bu nedenle hizmetler dayanıksız olarak nitelendirilirler.

Hizmetler önceden çok sayıda üretilemez ve saklanamazlar. Bir konserde ya da bir uçakta boş kalan koltukların saklanıp da ertesi günü satılması mümkün değildir. Diğer bir deyişle bir hizmet sunulduktan sonra tüketilmemesi durumunda ortaya çıkacak ekonomik kayıplar sonradan giderilemez (Assael, 1993: 368).

Hizmetten sağlanan yarar deneyime dayalıdır. Müşteri hizmetin değerini ve niteliğini ancak satın aldıktan sonra ya da hizmetin tüketilmesi veya satın alınması süresince değerlendirebilir. Tüketici bir hizmeti satın alırken daha çok geçmişteki deneyimlerinden yararlanmaktadır. Hizmetlerin fiziksel bir varlığa sahip olmamalarının diğer sonuçları da depolanamamaları, patent ile korunamamaları, teşhir edilerek tanıtılamamaları ve fiyatlandırma zorluğudur (Assael, 1993: 368).

2. *Eş Zamanlı Üretim ve Tüketim (Ayrılmazlık):* Malların üretiminde, üretim ve tüketim sürecinin birbirinden ayrı olması nedeniyle işletme ile müşteri ancak malın satın alınması sırasında karşı karşıya gelirler. Üretim çoğunlukla müşteri tarafından görülmez. Hizmetler ise üretildiği anda tüketilirler, hizmetin üretimi ile satışı eş zamanlı olarak oluşmaktadır. Bu nedenle işletme ile müşteri üretim ve sunum süreci boyunca etkileşim halindedir ve müşteri üretim sürecine katılır (Akçay, 2014: 18).

Bunun iki önemli sonucu vardır: Birincisi, çoğu kez üretici ile satıcının aynı kişi olması ve hizmeti sunan kişinin, hizmetin bir parçası olmasıdır. Yani hizmet, hizmeti üretenden ayırt edilemez. Eş zamanlı üretim ve tüketimin bir diğer önemli sonucu da müşterinin hizmet üretim sürecinde yer almasıdır. Yeme-içme, turizm, saç kesimi,

ulaşım, sağlık hizmetleri gibi birçok hizmet türünde müşterinin bizzat bulunması, üretim sürecine katılması gerekmektedir (Akçay, 2014: 18).

3. *Heterojenlik (Türdeş Olmama)*: Mallarda üretimde bir standart sağlanmasına rağmen hizmetin içeriği, sunan kişiye, müşteriye veya zamana göre değişebilir. Çünkü tüketicilerin tecrübeleri, hizmeti algılamalarını doğrudan etkilemektedir. Bu açıdan standartlaştırılmaları büyük güçlük gösterir. Tüketici mevcut hizmeti aldığı daha önce aldığı benzer hizmetlerle karşılaştıracak ve karar verecektir.

Sonuçta hizmetin başarısı, hizmeti sunanla hizmeti satın alan arasındaki etkileşimin türü ve gücüne bağlı olarak değişiklikler göstermektedir (Palmer, 1997). Örnek olarak bir saç kesimi hizmeti kuaförden kuaföre olduğu gibi müşteriden müşteriye de farklılık gösterir. Hizmetlerin temel üretim şekli, insan davranışlarıyla gerçekleşir. Bu nedenle aynı kişinin ürettiği hizmetler bile birbirinden farklı olabilirler. Bu farklılık zamandan zamana, alıcıdan alıcıya, üreticiden tüketiciye, üretici ile tüketici arasındaki ilişkiye ve içinde bulunulan duruma göre oluşabilir. Hizmetin niteliği onu üreten insanın beceri ve kapasitesinden ayrılamaz (Akçay, 2014: 19).

4. *Değişken Talep*: Hizmete olan talep görece olarak değişken ve belirsizdir. Bu talep yalnızca yıllara, mevsimlere ve aylara göre değil, günden güne ve hatta bir gün içindeki saatlere göre bile önemli ölçülerde değişebilir. Bu durumda sunulan hizmet miktarı ile talep edilen hizmet arasında denge kurmak her zaman işletmenin elinde değildir. Kimi zaman talebin artması durumunda hizmet arzı yetersiz kalırken, kimi zamanda fazla hizmet arzı karşısında talep yetersizliği ekonomik kayıplara neden olmaktadır. Dalgalanan talep nedeniyle hizmet üretim kapasitesinin belirlenmesi zor olmakta, ayrıca verimlilik ve performansın ölçülmesinde güçlüklerle karşılaşmaktadır (Akçay, 2014: 19).

5. *Emek ve İlişki-Yoğunluk*: Çoğu hizmet organizasyonunda emek organizasyonun etkinliğini sağlayan temel kaynaktır. Emek-yoğun ve ilişki-yoğun özellikler taşıyan hizmette kalite ve performans da insana bağlıdır. Böyle organizasyonlarda eksiklikler yeni takım donanım almakla giderilemez, ancak personel eğitimi ile bilgi ve deneyimlerin artırılması ile tam bir hizmet sunulabilir. Hizmet,

hizmeti üreten ile tüketen arasında yüz yüze ilişki ve yakınlık gerektirir. Yani hizmet insanlar arası ilişkilerle ilgilidir. Dolayısıyla hizmet sektöründe insan varlığı kesin ve kaçınılmaz bir zorunluluktur (Akçay, 2014: 19).

2. MARKA FARKINDALIĞI VE MARKA FARKINDALIĞININ AVRASYALI TURİSTİK TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ÖNEMİ

Marka farkındalığı, tüketicinin hafızasında markanın rakipleriyle karşılaştırmalı olarak aldığı yerdir. Marka farkındalığı, tüketicinin satın alma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. İlgili hedef kitlenin zihninde olumlu yönde bir çağrışım yapabilme ve gereksinim esnasında ilk akla gelme olgusu farkındalık seviyesinin ulaşmak istediği düzeydir. Tüketicilerin marka farkındalık düzeyleri, en alt düzeyde markanın farkında olunmamasından en üst düzeyde ürün kategorisi içerisinde akla gelen ilk marka olma arasında değişmektedir (Aaker,1991).

Tüketici zihninde marka varlığının gücü olarak tanımlanan marka farkındalığının oluşabilmesi için markayı tanıması ve markayı hatırlaması gerekmektedir. Böylelikle tüketici satın alımlarında ilk tercihi, tanınma ve hatırlanma seviyesini elde edebilen marka elde etmiş olacak ve rakiplerinin elde edemedikleri çok büyük rekabetçi bir avantajın da sahibi olacaktır. Markanın temel tanınırlığı tüketici nezdinde farkındalık oluşturarak sağlanabilir. Bu nedenle markanın oluşabilmesi tüketicinin zihnine yerleşmesi ve etki edebilmesiyle mümkündür. Marka farkındalığı ise, bir kişinin belirli bir marka hakkında sahip olduğu iyi veya kötü bilgiler toplamından oluşmaktadır (Valkenburg ve Buijen, 2005).

Tüketiciler tarafından tanınan bir marka tanınmayan bir markaya kıyasla daha çok tercih edilmektedir. Markanın, tüketicilerin tercih seti içerisinde yeni girmesi durumunda markanın tercih edilmesi marka farkındalığına bağlı olmaktadır. Tanınmayan ve marka farkındalığı düşük markaların tüketiciler tarafından tercih edilme şansı çok düşüktür (Gilbert, 2003). Özellikle tüketicilerin fiyata karşı duyarlılığının yüksek olduğu durumlarda yerel markaların daha fazla avantajlı olduğu ise bilinen bir gerçektir (Heracleous,2001).

Ancak bazı yerel markaların zaman içerisinde iç pazarlarda güçlenerek yeterli derecede deneyime sahip olmaları, uluslararası pazarlardaki başarıyı da olumlu bir şekilde etkilemektedir (Moen ve Servais, 2002). Ancak tüm tüketici satın alma kararlarının rasyonel olmadığı ve hatta bazı durumlarda tüketicilerin belirli kararlar ve tercihleri niçin yaptıklarını açıklayamadıkları veya açıklamak istemedikleri görülmektedir (Schiffman, Sherman ve Long, 2003).

Marka farkındalığının turizm sektöründeki yansımaları aynı diğer tüketim ürünlerinde olduğu gibi oldukça önem verilmesi gereken bir pazarlama sorunudur. Marka farkındalığı ve marka imajının doğru belirlenmesi ve analizi, turistik ürünler için doğru bir dağıtım kanalının seçilmesinde yardımcı olacak ilk adımdır. Turistik tüketicileri çeken ve iten birçok faktörün olduğu bu sektörde, bu faktörlere yönelik mesajların dağıtım kanalı içerisinde kendine yer bulması gereklidir. Bu nedenle marka pazarlayıcıları turistik dağıtım kanalının içerisinde birçok noktada marka farkındalığının değişimine odaklanabileceklerdir (Woodward, 2000).

Marka farkındalığının sağlanması ve yönetilmesi turizm sektöründe çok önemli bir konudur. Kötü yönetilen ve farkındalığını yitiren birçok ulusal veya uluslararası turistik markanın zaman içerisinde yok olma durumuna geldiği araştırmacılarca belirtilmiştir (Laroche ve Parsa, 2000). Günümüzde otel markalarının turistlerin gidilecek yer seçiminde çok önemli bir etkisi olduğunu ve hemen hemen tüm uluslararası turistlerin neredeyse yarısının seyahat kararlarında otel seçeneklerini ve markalarını göz önünde tuttuğunu söyleyebiliriz (Mihelj, 2010).

Turistik tüketiciler için marka farkındalığının artması gidilen alanda ve talep edilen ürünlerde hizmet kalitesi beklentisinin de yüksek olmasına neden olmaktadır. Bu durumda marka farkındalığı yaratılması istenilen ürünler ve alanlarda sürekli yüksek kalitede turistik hizmet ve ürün sağlama zorunluluğu doğmaktadır (Bertsch ve Ostermann, 2011). Diğer ürünlerde olduğu gibi turistik ürünlerde de marka farkındalığının tüketicilerin içerisinde yaşadıkları ekonominin ve toplumsal yaşamın özelliklerine göre bir değişim göstermesi doğaldır. Gelişmiş batılı turistik tüketicilerle, gelişmekte olan Avrasyalı turistik tüketiciler arasında da bu farklılıklardan bahsetmek olasıdır.

Sosyalist ekonomik modelden piyasa ekonomisine dayalı modele doğru hızlı ve kapsamlı bir geçiş yapan bu ülkelerde gözlemlenen en belirgin özellik üretici ve tüketici davranışlarındaki değişimdir. Ekonomik boyutta baktığımızda, insan kalitesinin değişmesi, yaşam tarzlarının farklı şekillenmesi, dünyadaki gelişim ve değişime ayak uydurma çabaları adeta kabuk değiştirme, tam bir dönüşüm yaşama deneyimi şeklinde görülmektedir. Bu değişimin iki boyutu bulunmaktadır; Bunlardan biri hükümetler tarafından gerçekleştirilmiş, geniş bir yapısal-kurumsal reform dizisi, bir diğeri ise, ekonomik davranışlar ve kurumlarda meydana gelen değişimdir (Staehr, 2003).

Orta Asya ülkelerindeki toplumsal değişim ekonomik ve sosyal yapıya bağlı olarak tüketmiş oldukları mal ve hizmetlerle ilgili beklentilere de yansımaktadır. Müşteri memnuniyeti ve farkındalık yaratmanın yolu düzenli olarak müşteri istek ve beklentileri doğrultusunda mal ve hizmetleri geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır. Piyasada marka farkındalığı yaratmış bir işletmenin rakipleri ile rekabet edebilmesi daha kolaydır. Çünkü bir mal ya da hizmetle ilgili beklentileri karşılanmış bir müşterinin, işletmede tutulması ve tekrar mal ve hizmet satın almasının sağlanması diğer potansiyel müşterilerin işletmenin mal ve hizmetlerini satın almasından çok daha kolay olacaktır.

Marka farkındalığına sahip ürünlerde yüksek hizmet kalitesi beklentisi olduğuna ilişkin araştırmalardan bahsetmiştik. Gelişmiş batılı turistik tüketiciler ile Avrasyalı turistik tüketiciler arasında en önemli farkın bu yüksek hizmet kalitesi beklentisi noktasında olduğunu ve Avrasyalı turistik tüketicilerde hizmet ürün kalitesi beklentisinin çok yükseklerde olmadığını yapılacak araştırmalarda bunun daha belirgin bir şekilde ortaya konabileceğini düşünmekteyiz.

a. Turizmde Yeni Bir Pazarlama Uygulaması: Marka Kentler

Sektörden sektöre farklılık göstermekle birlikte, marka farkındalığını etkileyen çeşitli faktörler vardır. Hizmet sektöründe bu faktörlerden en önemlilerinden birisi, sunulan hizmetin kalitesidir (Zeithaml, vd., 1996, Sivadas, ve Baker-Prewitt, 2000). Bunun yanında müşteri tatmini, marka imajı, marka değeri, müşterilerin alışkanlıkları, müşteri ödüllendirilmeleri, güven ve satış sonrası hizmetler gibi pek çok faktör marka farkındalığını etkileyebilir (Selnes, 1993, Bloemer ve Ruyter, 1998, Barutçu, 2008).

Hizmet kalitesinin marka farkındalığı üzerindeki etkisi doğrudan gerçekleşebileceği gibi (Clotney vd., 2008), dolaylı da gerçekleşebilir. Dolaylı etkileme sürecinde, bağlılığa yol açan ve hizmet kalitesi ile farkındalık arasında köprü görevi gören değişkenler arasında müşteri tatmini, araştırmacılar arasında en çok kabul gören aracı değişkendir (Taylor ve Baker, 1994, Brady vd., 2002). Tüm bu yazarlara göre marka farkındalığı, hizmet kalitesi ile başlayan ve müşteri tatmini ile devam eden uzun dönemli bir sürecin sonucu olarak çıkmaktadır. Ancak Amerika'daki otel sakinleri üzerinde mülakat ve anket yoluyla yapılan bir başka araştırmaya göre, hizmet kalitesi ile bağlılık arasında doğrusal bir ilişki yoktur (Bowen ve Chen, 2001).

Kanada'da golf turizmi müşterileri üzerinde yapılan diğer bir araştırmanın sonuçlarına göre ise, turistlerin algılanan hizmet kalitesi ile davranışsal niyetleri arasında doğrudan önemli bir ilişki yoktur. İlişki dolaylıdır. Davranışsal niyetler üzerinde algılanan tatmin ve fiyatın önemli ve pozitif bir etkisi vardır. Hizmet kalitesi, tatmin ve fiyat aracılığı ile davranışsal niyetleri etkilemektedir (Hennessey, vd., 2007).

Turizm açısından bir değerlendirme yapıldığında en iyi olarak kabul edilen turizm merkezlerinin şu özellikleri taşıdığı kabul edilmektedir: (Lew,2011)

1. Duyusal Çeşitlilik: Görme, tat, dokunma, koku
2. Peyzaj Çeşitliliği: Fiziksel ve Temasal kullanımlar
3. Deneyimsel Çeşitlilik: Güvenilirdeneyimler, alınan riskler
4. Mekânsal Özgünlük: Özgün ve benzersiz fiziksel yapı ve donanımlar
5. Turistik Gizemler: Keşfetmeye yönelten yapı ve gizemli lokasyon.

Amerika da yapılan birçok araştırmada turistik marka farkındalığı ile pazarın gelişmişliği arasındaki ilişkinin olumlu olduğu ortaya çıkmıştır (HuangR.,ve Sarıgöllü E.,2012). Bunun dışında Turizm sektöründe marka farkındalığına yönelik tüm araştırmaların hizmet ve ürün kategorilerinde yoğunlaştığını, ürün, hizmet ve yer bileşiminden oluşan mekânsal veya alansal marka farkındalığı araştırmalarının henüz akademik olarak ortaya yeterince konulmadığını da söyleyebiliriz (Kim ve Kim, 2005).

Birbirine benzer sayısız şehir diğerlerinden kendilerini farklılaştırarak markalaşma çabalarına girmektedirler. Şehir pazarlaması ve markalaşan şehir kavramı

ile ilgili sosyal uygulama örnekleri dünya genelinde ve özellikle Avrupa’da artmaya başlarken akademik literatürde bu konuda çok az çalışma mevcuttur (Altunbaş, 2007).

Kentler, çeşitli amaçlar doğrultusunda öne çıkabilmek için kendilerini farklılaştırma ihtiyacı duymaktadırlar. Kentsel yönetimlerin, kent markasının kendine has bir şekilde dizayn edilmesi ve belirlenen pazarlara sunulması buralarda tutunmasının sağlanması konusunda giriştikleri bilinçli çabalar günümüzde gittikçe yaygınlaşmaktadır (Cevher,2012).

Marka oluşturma sürecinde bir yaklaşıma göre, her kent markalaşabilir. Bunun için herhangi bir potansiyel veri setine dahi gereksinim duyulmaz. Yaratıcı fikir, imaj oluşturulması ve pazarlama teknikleri kullanılarak da markalaşma stratejisi üretilebilir. Bu yaklaşımı doğrulayan LasVegas ve Dubai örnekleridir. Turistik pazarlamada kentlerin önemi gittikçe artmakta, bazı şehirler tek başına ait oldukları ülkeden daha fazla turist çekebilmektedir. Bu durum turizm ve tanıtımda şehirleri ön plana çıkarmayı, şehirleri markalaştırmayı zorunlu hale getirmektedir (Baysal, 2004).

Kent markası, bir kentin sahip olduğu kültürel, tarihsel, doğal ve toplumsal özellikleriyle bütünleştirerek ve diğer kentlerden ayırt etmek amacıyla kendine özgü bir işaretle destekleyerek yaşama geçirdiği bir gelişim-tanınma-imaj projesidir. Kent markası, söz konusu kenti ve onun savunduğu olanakları diğer kentlerden ayıran, hem rasyonel hem de duygusal nitelikteki, özgün inançlar kümesidir. Kent marka imajı; kitlelerin kent ismini duyduklarında ne düşündüklerinin toplamını ifade eder (Kaypak, 2013).

Marka kent stratejisinin çok yönlü maliyetleri, çıktıları, etkileri ve sonuçları söz konusudur. Bunların başında markalaşmanın gerektirdiği mali yük gelmektedir. Devamında markalaşacak kentin nicel ve nitel olarak yaratılan marka imajı ile örtüşmesini sağlayacak yatırımların maliyeti göz önünde tutulmalıdır. Markanın tutunması ve işlemesi ile birlikte kente yönelecek insanların yaratacağı hizmet talepleri, kentin hizmet arzı üzerinde baskı yaratacak ve yeni yatırım gereksinimini doğuracaktır (Tek, 2009).

Bunların yanı sıra, sosyal, kültürel, çevresel ve benzeri maliyetler, sorunlar ve dirençler gündeme gelebilecektir. Bu ve diğer güçlükleri aşabilmek için kentlerin fiziki

altyapı, emek piyasası, insan sermayesi, ekonomik ve mali olanakları, yönetim kapasitesi ve benzeri açılardan yeterlilikleri ve rekabet potansiyelleri önem kazanmaktadır (Tek,2009).

Türkiye’de kentsel ölçekte marka kent projesi ilk kez “*Türkiye Turizm Stratejisi 2023*” çalışması ile birlikte gündeme gelmiştir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023, “*turizm gelişim bölgeleri*”, “*gelişim koridorları*” ve “*gelişim ana aksları*”, “*turizm kentleri*”, “*eko-turizm bölgeleri*” ve “*marka kentler*” üzerine oturmaktadır. Turizm gelişiminin sürdürülebilir kılınmasında, markalaşma stratejisinin bir araç olarak kullanılacağı belirtilmektedir (KTB, 2009).

Kentsel ölçekte markalaşma, Türkiye turizm stratejisinde temel yönelimlerden bir tanesidir. İç turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yurda yayılması ana politikası çerçevesinde kültür turizmine önem verilerek, marka kentlerin oluşturulmasına çalışılacağı belirtilmektedir (KTB,2007). Kentsel ölçekte marka kent stratejisine 2023 yılına kadar 750 milyon ABD Doları kaynak aktarılması planlanmaktadır. İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya’nın da eklenmesiyle 19’a ulaşan ve marka kent olarak belirlenmiş illere ortalama her yıl 2,8 milyon ABD dolarlık bir yatırım yapılması planlanmıştır. Marka kültür kentlerinin yaşama geçmesiyle her şehirde binlerce kişilik istihdam ve marka kent başı toplam en az 50 milyon TL’lik yatırımın gerçekleşmesi öngörülmektedir (KTB, 2009).

Dubai örneğinde olduğu gibi hemen hiçbir potansiyeliniz olmamasına rağmen, doğru ve yeterli yatırımla bir marka kent yaratabilirsiniz. Bunun yanında oldukça zengin bir potansiyeli olmasına rağmen, doğru ve yeterli yatırım yapılmadığı için bir kent markalaşamayabilir. Önemli olan kıt kaynakların doğru yere, yerinde ve yeterli yatırımlarla ve etkili bir markalaşma stratejisi için harcanmasıdır. Turizm açısından gelişmiş birçok ülkenin ön plana çıkan ve markalaşan bir iki kenti varken bizim daha işe başlarken 19 kentimizi markalaştırmaya çalışmamız maalesef oldukça iddialı ve biraz da hayalci bir yaklaşım olarak görülmektedir (Tek,2009).

SONUÇ

Gelişmekte olan ekonomilerde ortaya çıkan önemli bir yapısal değişiklik, hizmet sektörünün hem genel ekonomi içerisindeki payının hem de pazar büyüklüğünün hızla artmasıdır. Hizmet sektöründeki pazar büyümesi çeşitlenmeyi ve çeşitliliğe bağlı uzmanlaşmayı da beraberinde getirmektedir. Hizmet sektörü, hizmetin pazarlama üretim ve kalite geri bildirim aşamalarında mal üretim sektöründen farklı özellikler ihtiva etmektedir.

Turizm sektörünün ülke ekonomisi içinde büyük gelir ve istihdam kaynağı oluşturması, sadece deniz-kum-güneş üçlüsünün dışında alternatif turizm çeşitliliğine yönelmesi belli başlı kentlerin dışında farklı kentlerinde tanıtılmasında, markalaşmasında ve yerel işletmelerin gelişmesinde önemli bir etkidir. Kentleri tanıtırken vemarkalaştırırken; kentin güçlü, olumlu ve farklılık yaratan yönlerinin bir marka olarak öne çıkarılması gerektiği vurgulanmaktadır. Ele alınan kentin gerçekten bir marka değeri varsa, bir adım atılmış olur ve o marka niteliğinin sürekliliği ile anlamlıdır. Yaşayan bir organizma olan kentlerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için kentlere özgü niteliklerin sürekli olması, mimarisiyle, çevre düzenlemesiyle dikkat çekmesi, tarihe dayanması gerekir. Eğer süreklilik yoksa anlamı da yoktur.

Kentleri belli “*alamet-i farikalar*” hafızalara kazır. New York’taki özgürlük heykeli, Paris’in Eyfel Kulesi, Moskova’nın Kremlin’i, Delhi’nin Taç Mahal’i, İstanbul’un Aya Sofyası kentlerin alamet-ifarikalarıdır, ancak kentler ruhunu sadece birkaç sembolle kazanmaz. Kentin yaşatılması ve canlandırılması, sadece yapılarla, anıtlarla, sanat eserleriyle olmaz; kentte farklılıkları zenginleştirerek bütünlüğü korumaktan ve toplumsal dayanışmayı artırmaktan geçer. Kentlerin “*birlikte yaşama ortamı*” olduğunu ön plana çıkarıp dönüştürmek; kentte yaşayanlara kent bilinci kazandırmak; yaşatmak için ise “*katılmak*” bilincini oluşturmak gerekir.

Bu doğrultuda; turizmde markalaşma adına önemli çalışmalar yapan İspanya İsveç, İngiltere gibi ülkelerin yürüttükleri “*Ulusal Marka ve Destinasyon Markası*” çalışmalarının, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen, Kalkınma Ajansı idaresinde oluşturulacak bir birim eliyle yürütülmesi ve nitelikli tüketici ve paydaş araştırmalarının yapılması, tespit edilen destinasyonlarda paydaş komiteler oluşturulması,

uluslararası destinasyon rekabetinde ön plana çıkmak açısından bir strateji olarak değerlendirilebilir (Özkul ve Demirer, 2012).

Marka kentlerin yaratılması ve farkındalığının artması üzerine çalışılırken özellikle son 10 yılda çok hızlı gelişen Avrasya ülkelerinden gelen turistik tüketicilere yönelik uygulamalar öncelikli olarak hayata geçirilmelidir.

Kaynakça

- Aaker, A.D. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of Brand Name*, The Free Press a Division of Macmillan, Inc. 866, Third Avenue, New York.
- Akçay, E. (2014). *Bir Fitness Merkezi Üyelerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algıları*. KKTC Yakın Doğu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Yüksek Lisans Tezi, Lefkoşe, ss. 18-19.
- Altunbaş, H. (2007). "Pazarlama İletişimi ve Şehirlerin Pazarlaması, Şehirlerin Markalaşması", Selçuk İletişim Dergisi, S.1, p. 156-162.
- Aslan, M.H. (1998). *Hizmet Ekonomisi*. Alfa Yayınları, İstanbul, ss.9.
- Assael, H. (1993). *Marketing*. Orlando: The Dryden Press.
- Barutçu, S. (2008). *Perakendecilik Sektöründe Teknolojik Değişim: E- Perakendecilik, E-Mağaza Bağlılığı ve E-Mağaza Bağlılığını Etkileyen Faktörler*, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13 (1), p. 317-334.
- Baysal, A. (2004). "Dünyanın Alame ti Harikaları: Marka Kentler", Media Cat Dergisi, S.12 p.36-42.
- Bertsch, G. and Ostermann H. (2011). "The Effect of Wellness Brand Awareness on Expected and Perceived Service Quality", *Tourismos: An International Multi disciplinary Journal of Tourism*, Volume 6, Number 2, p. 103-120.
- Bowen, J.T. and Chen S.L. (2001). "The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13 (5), p.213-217.
- Bloemer, J., Ruyter K. (1998). "On The Relationship Between Store Image, Store Satisfaction and Store Loyalty", *European Journal of Marketing*, 32 (5/6), p.499-513.
- Brady, M.K., Cronin J.J. and Brand, R.R. (2002). "Performance Only Measurement of Service Quality: A Replication and Extention", *Journal of Business Research*, 55 (1), p.17-31.
- Cevher, E. (2012). "Kentsel Markalaşma Süreci: Antalya Örneği", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt 4, No 1, ISSN: 1309-8012 (Online), p.105-115.
- Clotey, T.A., Collier, D.A. and Stodnick, M. (2008). "Drivers of Customer Loyalty in a Retail Store Environment", *Journal of Service Science*, 1 (1), p.35-48.
- Erciş, A., Yapraklı, Ş., Can, P. (2009). "Güçlü ve Güçsüz Markalarda Marka Bilgisi, Marka İlişkileri ve Satın Alma Davranışları Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi", *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt 26, Sayı 1, p.157-190.
- Gilbert, D. (2003). "Retail Marketing Management", Financial Times, Prentice Hall, Second Edition, Harlow, England.
- Hennessey, S., Yun, D., MacEachern, M. and MacDonald, R. (2007). "An Examination of The Effects of Perceived Quality, Price-Value, and Satisfaction on Golf Tourists' Behavioural Intentions: A Structural Model" Erişim adresi: http://www.trc.upei.ca/files/TTRA_Canada_2007_Golf_TTRA-Canada2007.pdf, (02.03.2018).
- Heracleous, L. (2001). "When Local Beat Global: The Chinese Beer Industry", *Business Strategy Review*, Vol.12, No.3, p.37-45.
- Huang, R. and Sarıgöllu E. (2012). "How Brand Awareness Relates to Market Outcome, Brand Equity, and the Marketing Mix", *Journal of Business Research*: Vol.65 p.92-99.

- İbik, Ö.A. (2006). *Rekabet Ortamında Hizmet Kalitesinin Önemi ve Bir Havayolu İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Gerçekleştirilmesine Yönelik Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli, ss.5.
- Kaypak, Ş.(2013). “Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Markalaşması ve Marka Kentler”,Ç.Ü. İktisadi İdari Bilimler Dergisi,Cilt 14,Sayı 1,p.335-355.
- Kim, H. and Kim, W.G. (2005). “The Relationship Between Brand Equity and Firms Performance in Luxury Hotels and Chain Restaurants” *Tourism Management*,No. 26, p.549-560.
- Laroche, M. and Parsa H.G. (2000). “Brand Management in Hospitality: An Empirical Test of the Brisoux-Laroche Model”,*Journal of Hospitality &Tourism Research* No.24, p. 199-222.
- Lew,A.A.(2011). “Tourism Place: A Discussion Forum Understanding Experiential Authenticity through the Best Tourism Places”*Tourism Geographies*, Vol. 13, No. 4, 570–575.
- Mihelj, V.(2010).“New Tourist Products for New Tourists Expectations”*Tourism & Hospitality Management*, Conference Proceedings,p.1075-1085.
- Moen,O.andServais P.(2002).“Born Global or Gradual Global?”,*Journal of InternationalMarketing*, Vol.10,No.3,p.49-72.
- Palmer, A. (1997). “Defining Relationship Marketing: An International Perspective”,*Management Decision*.
- Özkul, E. ve Demirer,D.(2012). “Şehirlerin Turistik Markalaşmada Kalkınma Ajanslarının Rolü,Bölge Planları Üzerine Bir Doküman İncelemesi”*İşletme Araştırmaları Dergisi*,4/4,p.157-181.
- Öztürk, S.A. (1998). *Hizmet Pazarlaması*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss.15.
- Sayım, F. ve Aydın V. (2011). *Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistematik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri İle Etkileşimine Sair Teorik Bir Çalışma*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Kütahya, (29): 248-249.
- Selnes, F. (1993). “An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty”,*European Journal of Marketing*, 27 (9), p. 19–35.
- Sivadas, E. and Baker-Prewitt, J.L. (2000). “An Examination of The Relationship Between Service Quality, Customersatisfaction and Store Loyalty”, *International Journal of Retail & Distribution Management*,28 (2), p. 73–82.
- Schiffman, G.L, Sherman, E.,and Long M.(2003).“Toward a Beter Understanding of The Interplay of Personal Values and The Internet”,*Psychology and Marketing*.Vol 31 No.20,p.169-186.
- Staehr, K. (2003). “Reforms and economic growth in transition economies: Complementarity, sequencing and speed”,Erişim adresi:<http://www.bof.fi/bofit/fin/6dp/03abspdf/dp0103.pdf> (18.03.2018).
- Taylor, S.A. and Baker, T.L. (1994).“An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers’ purchase intentions”, *Journal of Retailing*, 70, p.163–178.
- Tek, M. (2009). “Kamu YatırımlarındaTurizminYeri, TürkiyeTurizmStratejisi 2023’de MarkaKentlerProjesi: EleştirelBirDeğerlendirme”, *Anatolia: TurizmAraştırmalarıDergisi*, Cilt 20, Sayı 2, p. 169-184.
- KTB, (2009). *Marka Kent Toplantıları*,
<http://www.turizm.gov.tr/EN/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF7AFBDF5FE2807687C663EB3BA2011BD> (Erişim Tarihi 28.03. 2018).
- KTB, (2007).*TürkiyeTurizmStratejisi*. Ankara: KültürveTurizmBakanlığı.
- Valkenburg, P.M.andBuijzen M.(2005).“Identifying determinants of young children’s brand awareness: Television, parents, and peers”*Applied Developmental Psychology*,Vol.26, p.456-468.
- Woodward, T. (2000).“Using Brand Awareness and Brand Image in Tourism Channels of Distribution”, *Journal of Vacation Marketing*, Vol.6 N.2, p.119-130.
- Zeithaml, V., Berry, L., and Parasuraman, A. (1996). “Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality”,*Journal of Marketing*,52, p.35–48.

KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ YAZIM KILAVUZU

- Kapadokya Akademik Bakış dergisi **yılda 2 defa** yayınlanan hakemli bir dergidir.
- **Hakem Değerlendirme Süreci;**
 - o Bütün makale değerlendirmelerinde **iki hakem** kullanılacaktır. Hakemlerin ve dergi editörlerinin sorumluluklarına uygun olarak gizli, yapıcı, hızlı ve tarafsız bir şekilde yorum ve eleştiri göndermeleri beklenmektedir. Editör, herhangi bir makalenin kabulü veya reddi için nihai yetkiye sahiptir. Kapadokya Akademik Bakış dergisine gönderilen makaleler **en geç 45 gün** içerisinde Editör ve Hakem değerlendirme sürecinde geçerek yazara **kabul veya red durumu bildirilmektedir.**
 - Dergimize gönderilecek makaleler **Türkçe veya İngilizce** olabilir.
 - Dergiye ancak başka bir yerde **yayınlanmamış** veya halen yayınlanmak üzere değerlendirme sürecinde olmayan yazılar gönderilebilir. Daha önce **konferanslarda sunulmuş ve özeti yayınlanmış çalışmalar**, bu durum belirtilmek üzere **kabul edilebilir**. Teşekkür yazısı ve çalışma ile ilgili açıklamalar varsa lütfen editör veya editör yardımcısı ile irtibata geçiniz.
 - Makaleler özet ve kaynakça **hariç** 7500 kelimeyi ve 25 sayfayı **aşmamalıdır**. Makalelerdeki özetler **200** kelimedenden **az** ve **250** kelimedenden **fazla olmamalıdır**. Özetler, Türkçe makaleler için Türkçe ve İngilizce, İngilizce makaleler için İngilizce ve Türkçe şeklinde düzenlenmelidir.
 - Makale metnini içeren dosyada yazar adı ve kurumunu belli edecek herhangi bir ibare **bulunmamalıdır**.
- **Sayfa yapısı;**
 - o **Kenar Boşlukları;** üst ve alt 4 cm, sağ ve sol 3 cm
 - o **Makale Başlığı;** ortalanmış, büyük harfle, 14 punto, Times New Roman ve Kalın,
 - o **Öz;** başlıkları sola yaslanmış, 10 Punto, Times New Roman, Kalın, aralık önce ve sonra 0 nk satır aralığı tek, öz metni ise 10 punto ve Times New Roman, aralık önce ve sonra 0 nk, satır aralığı tek
 - o **Anahtar Kelime;** başlığı sola yaslanmış 10 Punto, Times New Roman ve Kalın, anahtar kelimeler ise 10 Punto, Times New Roman, İtalik ve 4 kelime, aralık önce ve sonra 0 nk, satır aralığı tek
 - o **Birinci Derece Başlık;** sola yaslanmış, büyük harflerle, 12 Punto, Times New Roman ve Kalın, (1.), aralık önce ve sonra 12 nk., satır aralığı 1,5 olarak numaralandırılmalıdır. Giriş ve Sonuç numaralandırılmamalıdır.
 - o **İkinci Derece Başlık;** sola yaslanmış, sözcüklerin ilk harfi büyük, 12 Punto, Times New Roman, Kalın (1.1), aralık önce ve sonra 12 nk., satır aralığı 1,5
 - o **Üçüncü Derece Başlık;** sola yaslanmış, sözcüklerin ilk harfi büyük, 12 Punto, Times New Roman, Kalın ve İtalik (1.1.1.), aralık önce ve sonra 12 nk., satır aralığı 1,5
 - o **Dördüncü ve daha sonraki derecedeki başlıklar;** sola yaslanmış, sözcüklerin ilk harfi büyük, 12 Punto, Times New Roman ve İtalik (1.1.1.1.), aralık önce ve sonra 12 nk., satır aralığı 1,5
 - o **Metin;** her iki tarafa dayalı 12 Punto, Times New Roman, aralık önce ve sonra 12 nk., satır aralığı Çoklu 1,15
 - o **Tablo, Şekil ve Resim:** Başlıklar tablo, şekil veya resmin üst kısmında yer almalı, sayfaya ortalanmış şekilde, sırasıyla numara verilmiş şekilde, 10 Punto, Times New Roman, Tablo-Şekil-Resim ve numaraları kalın, metin normal şekilde, metin içinde de belirtilerek sonra 0 nk ve tek satır aralığında olacak şekilde, kaynak ise alt kısmında metin içi atıf kurallarına uygun olarak gösterilerek hazırlanmalıdır. Tablo ve şekil içinde yer alan metinler ise 10 Punto ve Times New Roman olmalıdır.
 - o **Metin içi atıf;**
 - § Tek yazarlı eserler (Kotler, 2012)
 - § Tek yazara ait aynı yıl içerisinde yayınlanan eserlere yapılan atıflar (Kotler, 2012a; Kotler, 2012b)
 - § İki yazarlı eserler (Kotler ve Armstrong, 2012)
 - § Üç veya daha fazla yazarlı eserler (Kotler vd., 2012)
 - § İnternet sitelerinde yer alan haber, makale, blog vb. yayınlara yapılan atıflarda yazar belirli ise yazar adı ve yazının yayınlanma tarihi (Ortaylı,2017), eğer yazar belirli değilse sitenin adı ve yayınlanma tarihi (İnternethaber, 2017)

o **Dipnot**; dergide kaynakça metin içi atıf yöntemi ile gösterilecektir fakat gerektiğinde yazarlar detaylı bir açıklama veya örnek verilmesi durumunda dipnot kullanabilir. Dipnotlar, 9 Punto ve Times New Roman olacak şekilde kullanılmalıdır.

o **Kaynakça**; her iki yana yaslı, 10 Punto, Times New Roman, aralık önce ve sonra 0 nk, satır aralığı tek olarak düzenlenmelidir.

§ **Kaynakça yazımı ile ilgili kurallar;**

Ø **Tek yazarlı ya da editörlü kitap:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde. Baskı Yeri: Yayınevi.

o Editörün Soyadı, Editörün Adının Baş Harfleri. (Ed.). (Yıl). Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde. Baskı Yeri: Yayınevi.

Ø **İki ya da daha fazla yazarlı ya da editörlü kitap:**

o İlk Yazarın Soyadı, İlk Yazarın Adının Baş Harfleri. ve İkinci Yazarın Soyadı, İkinci Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde. Yer: Yayınevi.

o İlk Yazarın Soyadı, İlk Yazarın Adının Baş Harfleri., İkinci Yazarın Soyadı, İkinci Yazarın Adının Baş Harfleri. ve Üçüncü Yazarın Soyadı, Üçüncü Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde. Yer: Yayınevi.

Ø **Gözden geçirilmiş ya da genişletilmiş baskılar:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde (Gözden geçirilmiş/genişletilmiş x. baskı). Baskı Yeri: Yayınevi.

Ø **Yazarı belirsiz kitaplar:**

o Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde. (Yıl). Yer: Yayınevi.

Ø **İki ya da daha fazla ciltten oluşan kitaplar:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde (x. cilt). Baskı Yeri: Yayınevi.

Ø **Çeviri kitaplar:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde. (Çevirmenin Adının İlk Harfleri. Çevirmenin Soyadı, Çev.)Baskı Yeri: Yayınevi.

Ø **Derlenmiş bir kitaptaki yazı:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Yazının başlığı. Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde (ss. sayfa numara aralığı). Baskı Yeri: Yayınevi.

Ø **Derlemede yer alan bir yazı ya da bölüm:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Yazının başlığı. Editörün adının/adlarının baş harfi. Editörün soyadı (Ed.), Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde (ss. sayfa numara aralığı). Baskı Yeri: Yayınevi.

Ø **Başvuru kitaplarındaki bölüm ya da yazı:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Yazının başlığı. Kitabın adı italik ve ilk harften sonra (özel adlar dışında) bütünüyle küçük şekilde (ss. sayfa numara aralığı). Baskı Yeri: Yayınevi.

Ø **Tek yazarlı dergi makaleleri:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Makalenin adı yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, geri kalanlar özel isim değilse küçük şekilde. Derginin Adı İtalik ve Her Kelimenin İlk Harfi Büyük Şekilde, Cilt İtalik Şekilde(Sayı), Sayfa Numara Aralığı. doi: xxxxxx

Ø **İki yazarlı dergi makaleleri:**

- İlk Yazarın Soyadı, İlk Yazarın Adının Baş Harfleri. ve İkinci Yazarın Soyadı, İkinci Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Makalenin adı yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, geri kalanlar özel isim değilse küçük şekilde. Derginin Adı İtalik ve Her Kelimenin İlk Harfi Büyük Şekilde, Cilt İtalik Şekilde(Sayı), Sayfa Numara Aralığı. doi: xxxxxx

Ø **Üç yazarlı dergi makaleleri:**

o İlk Yazarın Soyadı, İlk Yazarın Adının Baş Harfleri., İkinci Yazarın Soyadı, İkinci Yazarın Adının Baş Harfleri. ve Üçüncü Yazarın Soyadı, Üçüncü Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Makalenin adı yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, geri kalanlar özel isim değilse küçük şekilde. Derginin Adı İtalik ve Her Kelimenin İlk Harfi Büyük Şekilde, Cilt İtalik Şekilde(Sayı), Sayfa Numara Aralığı. doi: xxxxxx

Ø **Dört ve daha fazla yazarlı dergi makaleleri**

o İlk Yazarın Soyadı, İlk Yazarın Adının Baş Harfleri., İkinci Yazarın Soyadı, İkinci Yazarın Adının Baş Harfleri., Üçüncü Yazarın Soyadı, Üçüncü Yazarın Adının Baş Harfleri., vd. (Yıl). Makalenin adı yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, geri kalanlar özel isim değilse küçük şekilde. Derginin Adı İtalik ve Her Kelimenin İlk Harfi Büyük Şekilde, Cilt İtalik Şekilde(Sayı), Sayfa Numara Aralığı. doi: xxxxxx

Ø **Rapor veya teknik yazılar:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Yazının başlığı, italik olarak, yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, geri kalanlar özel isim değilse küçük şekilde. Baskı Yeri: Yazının yayınlandığı Enstitü veya Kurum.

Ø **Film:**

o Yönetmenin Soyadı, Yönetmenin Adının Baş Harfleri. (Yönetmen). (Yıl). Filmin adı italik şekilde. Prodüksiyon şehri: Prodüksiyon şirketi ismi.

Ø **Yazarı belirli internet kaynakları:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yazının yayım tarihi). Yazının adı italik olarak, yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, geri kalanlar özel isim değilse küçük şekilde. Erişim tarihi: Gün Ay Yıl, yazının linki.

Ø **Yazarı belirli olmayan internet kaynakları:**

o Yazının kaynağı olan sitenin adı. (Yıl). Yazının adı italik olarak, yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, geri kalanlar özel isim değilse küçük şekilde. Erişim tarihi: Gün Ay Yıl, yazının linki.

Ø **Yayımlanmamış yüksek lisans/doktora tezleri:**

o Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfleri. (Yıl). Tezin adı italik olarak, yalnızca ilk kelimenin ilk harfi büyük, geri kalanlar özel isim değilse küçük şekilde (Yayımlanmamış Yüksek Lisans/Doktora Tezi). Kurumun Adı, Kurumun Yeri.

· *Dergide yayınlanan yazıların, telif hakkı dergiye aittir. Yazar, dergide yayınlanmasına onay verilen yazısının her türlü telif hakkını devretmiş olduğunu kabul eder. Yayınlanmış yazı başka bir yayında tekrar yayınlanamaz.*