

JOBS

İşletme Bilimi Dergisi

2020

Cilt:8 Sayı:1



SAKARYA
ÜNİVERSİTESİ

JOBS

İşletme Bilimi Dergisi
The Journal of Business Science

Sakarya Üniversitesi / Sakarya University
İşletme Fakültesi / Sakarya Business School

i

Cilt/Volume : 8
Sayı/Issue : 1
Yıl/Year : 2020

ISSN: 2148-0737

DOI: 10.22139/jobs

İNDEKS BİLGİLERİ/ INDEXING INFORMATION



Kurucu Sahip/Founder

Prof. Dr. Gültekin YILDIZ

İmtiyaz Sahibi / Owner

Prof. Dr. Kadir ARDIÇ

Editör / Editor

Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT

Editör Yardımcıları / Assoc. Editors

Prof. Dr. Mustafa Cahit UNGAN

Mizanpaj Editörü / Layout Editor

Arş. Gör. Dr. Özgün ÜNAL

Danışma Kurulu/Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent SEZEN	Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü
Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU	Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Erman COŞKUN	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Kadir ARDIÇ	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet BARCA	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ	İstanbul Şehir Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan BATMAN	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Recai COŞKUN	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin KARABINAR	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Sıdıka KAYA	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Şevki ÖZGENER	Nevşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Türker BAŞ	Galatasaray Üniversitesi
Doç. Dr. Surendranath Rakesh JORY	Southampton Üniversitesi

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Kadir ARDIÇ
Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT
Prof. Dr. Mustafa Cahid ÜNĞAN

Sekreteryaya / Secreteria

Arş. Gör. Dr. Özgün ÜNAL
Arş. Gör. Mustafa AMARAT
Arş. Gör. Ayhan DURMUŞ

iv

Dergimize yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin yazımında etik ilkelere uyulduğu ve yazarların ilgili etik kurulundan gerekli yasal onayları aldığı varsayılmaktadır. Bu konuda sorumluluk tamamen yazarlara aittir. İşletme Bilimi Dergisi'nde yer alan makalelerin bilimsel sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanmış eserlerden kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.

It is assumed that the articles submitted for publication in our journal are written in ethical principles and the authors have obtained the necessary legal approvals from the relevant ethics committee. The responsibility of this matter belongs to the authors. Scientific responsibility for the articles belongs to the authors themselves. Published articles could be cited in other publications provided that full reference is given.

İşletme Bilimi Dergisi; www.dergipark.gov.tr/jobs Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi jobs@sakarya.edu.tr Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan/SAKARYA

Hakemler/ Reviewers

İşletme Bilimi Dergisi

2020

Cilt:8 Sayı:1

Prof. Dr. Abdullah Naralan	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Vecdi Can	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Adem Öğüt	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan Akın	Kırıkkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Bardakçı	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Aykut Hamit Turan	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe İrmış	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Şahin	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Topal	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Zafer Erdoğan	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Dilaver Tengilimoğlu	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Durmuş Acar	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Ekrem Tatoğlu	Bahçeşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Erman Coşkun	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih Ertaş	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Gülten Gümüştekin	Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Halit Keskin	Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü
Prof. Dr. Hasan Tutar	Eskişehir Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Haydar Sur	Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. Himmet Karadal	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. İsmet Şahin	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. İsmet Hakkı Eraslan	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Kadir Ardıç	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Kıymet Çalıyurt	Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Akif Çukurçayır	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Adak	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Barca	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Sarıışık	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Selami Yıldız	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin Halis	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Musa Özata	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Cahit Ungan	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Nazan Günay	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet Şensoy	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nejat Bozkurt	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün Sarıkaya	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Nuran Cömert	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Türkay	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan Batman	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer Torlak	Karatay Üniversitesi
Prof. Dr. Özgür Uğurluoğlu	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Recai Coşkun	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Recep Pekdemir	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Remzi Altunışık	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Ruziye Cop	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin Karabınar	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Selman Aziz Erdem	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Serap Benligiray	Anadolu Üniversitesi

Hakemler/ Reviewers

Prof. Dr. Serap İncaz	Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Özkan	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Şakir Sakarya	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Şevki Özgener	Nevşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Suayyip Çalış	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Sıdıka Kaya	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Sima Nart	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Şuayip Özdemir	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Tamer Uğur	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Türker Baş	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Ümit Gücenme Gençoğlu	Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Ümmühan Aslan	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Prof. Dr. Vasfi Haftacı	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Yıldız Özerhan	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf Çelik	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Abdurrahman Benli	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Adem Baltacı	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Doç. Dr. Adem Sağır	Karabük Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Taş	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Aşkın Özdağoğlu	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Behçet Yalın Özkara	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Bora Yenihan	Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Bora Yıldız	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Buket Bora Semiz	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Doç. Dr. Burcu Adıgüzel Mercangöz	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Burcu Candan	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Burhanettin Zengin	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Buket Bora Semiz	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Doç. Dr. Cavit Yeşilyurt	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Cemal Sezer	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Cemal İyem	Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Ece Armağan	Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah Özkul	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Engin Dinç	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Erdoğan Kaygın	Kafkas Üniversitesi
Doç. Dr. Erkan Erdemir	İstanbul Şehir Üniversitesi
Doç. Dr. Faruk Anıl Konuk	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Fatih Geçti	Yalova Üniversitesi
Doç. Dr. Ferudun Kaya	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Fikret Çankaya	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Fuat Man	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Gülfen Tuna	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Hakan Murat Arslan	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Hakan Tunahan	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Haluk Bengü	Niğde Üniversitesi
Doç. Dr. Hasan Ayyıldız	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Hasan Latif	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Harun Kırılmaz	Sakarya Üniversitesi

Hakemler/ Reviewers

İşletme Bilimi Dergisi

2020

Cilt:8 Sayı:1

Doç. Dr. Hayrettin Zengin	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Kazım Ozan Özer	Nişantaşı Üniversitesi
Doç. Dr. Kemal Can Kılıç	Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Kubilay Özyer	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Doç. Dr. Kurtuluş Kaymaz	Uludağ Üniversitesi
Doç. Dr. Mahmut Hızıroğlu	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Ali Alan	Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Altınöz	Havettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Saraç	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Mesut Çimen	Acıbadem Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Han Ergüven	Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Muammer Mesci	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Musa Said Döven	Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Cahid Ünğan	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Kemal Demirci	Dumrupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Mutlu Başaran Öztürk	Niğde Üniversitesi
Doç. Dr. Müjdat Özmen	Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Nevran Karaca	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Nihal Sütütemiz	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Niyazi Kurnaz	Kütahya Dumrupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz Işık	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Ömer Okan Fettahlıoğlu	Sütçü İmam Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem Balaban	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Ötügen Senger	Kafkas Üniversitesi
Doç. Dr. Ramazan Aksoy	Bülent Ecevit Üniversitesi
Doç. Dr. Recep Yılmaz	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Safiye Sencer	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Üyesi Samet Güner	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Seçil Taştan	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Sedat Bostan	Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Selami Özcan	Yalova Üniversitesi
Doç. Dr. Senay Yürür	Yalova Üniversitesi
Doç. Dr. Serkan Şengül	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Sinan Esen	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Şerife Subaşı	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Doç. Dr. Şevki Ulama	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Sinan Esen	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Tansel Hacıhasanoğlu	Bozok Üniversitesi
Doç. Dr. Taşkın Kılıç	Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Tuncay Yılmaz	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Umut Koç	Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Umut Sanem Çiftçi	İzmir Bakırçay Üniversitesi
Doç. Dr. Ümit Alnıaçık	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Yasemin Özdemir	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Yasin Şehitoğlu	Yıldız Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Yunus Emre Öztürk	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi A. Mohammed Abubakar	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abit Balın	İstanbul Üniversitesi

Hakemler/ Reviewers

Dr. Öğr. Üyesi Ali Özgür Karagülle	İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Adem Akbıyık	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Kar	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali Coşkun	Boğaziçi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali Yılmaz	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Algın Okursoy	Adnan Menderes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Alper Kurnaz	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Serhateri	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aydoğan Durmuş	İstinye Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Behçet Yalın Özkara	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Berna Eren	Acıbadem Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ceren Giderler Atalay	Dumlupınar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Derya Ergun Özler	Dumlupınar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Dilek Özceylan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ebru Demirci	İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ebru Özlem Bilgin	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emrah Özsoy	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emre Oruç	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ersin İrk	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esra Dil	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gamze Bozkurt	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatih Budak	Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatih Şantaş	Bozok Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ferda Alper Ay	Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fırat Altınkaynak	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Filiz Konuk	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Füsün Küçükbay Gökalp	Celal Bayar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gökçe Cerev	Fırat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan GÜRLER	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gülcan Şantaş	Bozok Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hacı Mehmet Yıldırım	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Halil İbrahim Cebeci	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Taha Dursun	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İrfan Usta	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsa Demirkol	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Şimşir	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mihriban Cindiloğlu	Hitit Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Lütfi Mustafa Şen	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Metin Bayram	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Ayanoglu	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Kenan Erkan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Yıldırım	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Doğdubay	Balıkesir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nermin Akyel	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nesrin Akca	Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nurperihan Tosun	Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Onur Dirlik	Osmangazi Üniversitesi

Hakemler/ Reviewers

Dr. Öğr. Üyesi Orhan Kandemir	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Osman Uslu	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özer Uygun	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Pınar Memiş Sağır	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sedat Durmuşkaya	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Selma Kılıç Kırılmaz	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sema Polatçı	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sema Yiğit	Ordu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sema Ülkü Akpınar	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semih Okutan	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Serkan Deniz	Yalova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sümeyra A. Danışman	Mevlana Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şevki Ulama	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şuayyip Doğuş Demirci	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şule Yıldız	Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tarık Semiz	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tayfun Yılmaz	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tuncay Turaboğlu	Mersin Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Aykut Yılmaz	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Hüseyin İskender	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. İlker Calayoğlu	Okan Üniversitesi
Arş. Gör. Dr. Seda Aydan	Hacettepe Üniversitesi

İşletme Bilimi Dergisi

2020

Cilt:8 Sayı:1

Değerli Bilim İnsanları,

İşletme Bilimi Dergisinin 8. Cilt 1. Sayısını yayınlamaktan dolayı mutluluk duyuyoruz. Yedi yıllık yayın hayatımızda olduğu gibi bu sayıda da farklı disiplinlerden gelen makaleler ile sizlere zengin bir içerik sunuyoruz. 8. Cilt 1. Sayımız toplam 8 makale ile yayınlanmaktadır. Yayınlanan makaleler, Sağlık Yönetim, Turizm İşletmeciliği, Muhasebe ve Finansman, İşletme Yönetimi ve Pazarlama gibi çeşitli alanlardan gelmiştir.

Sayımızın ilk makalesi Arş. Gör. Gülsüm Şeyma KOCA ve Prof. Dr. Yusuf ÇELİK tarafından kaleme alınan “Venöz Tromboembolizmin Maliyetleri ve Ekonomik Yükünün Belirlenmesine İlişkin Sistematik Bir Derleme: Farmaekonomik Önleyici Bir Tedavi Olarak Dmah” başlıklı makaledir. Makale Venöz Tromboembolizm, Pulmoner Embolizm, Derin Ven Trombozunun tedavi maliyetlerinin belirlenmesi ve önleyici antikoagülan bir tedavi olan Düşük Molekül Ağırlıklı Heparin bir sağlık sigortasına veya hastaneye getirdiği ekonomik yükün tespit edilmesi amaçlamaktadır. Çalışma bahsi geçen tedavi seçeneklerinin karşılaştırılması açısından ve özellikle sağlık sigortalarının bütçesine etkisinin tahmininde büyük öneme sahiptir.

Bu sayımızın ikinci makalesi “Dolar Hegemonyası ve Kripto Para Mühendisliği Üzerine Teknolojik Risk Analizi” başlıklı makaledir. Makalenin yazarı Dr. Ahmet Efe bu çalışmada ABD Dolar senyorağının ne boyutta oluşunu tespit etmek ve bunun kripto paraların yükselişiyle etkilenip etkilenmeyeceğine ilişkin önemli paylaşımlar yapmaktadır.

Sayımızın bir diğer makalesi Öğr. Gör. Gözde UÇAR’ın kaleminden “Risk Sermayesi ve Melek Sermaye Finansman Yönteminin Girişimciliğin Finansmanı Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı makaledir. Yazar bu çalışmada risk sermayesi ve melek sermaye finansman yöntemlerini kavram ve işleyiş bakımından incelemektedir. Ayrıca, Dünya’da ve Türkiye’de girişimciler tarafından hangi yöntemin daha fazla kullanıldığı ya da ulaşılabilirliği açısından değerlendirmeler yaparak, yöntemlerin farklarını ve benzerliklerini ortaya koymaktadır.

Dr. Öğr. Üyesi Ali YILMAZ, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KAR ve Arş. Gör. Mustafa KAYA’nın kaleme aldığı “Hasta Güçlendirme ve Yaşam Kalitesi İlişkisi” başlıklı makale, hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi arasındaki ilişkinin ve hastaların yaşam kalitesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlamaktadır. Bu çalışma hasta güçlendirme ile yaşam kalitesi arasında ilişki olduğu ve hasta güçlendirmenin yaşam kalitesini artırdığını ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir.

“Otel Çalışanlarının İş Tanımları Konusundaki Farkındalıkları Üzerine Bir Araştırma” başlıklı makale Oğuz TÜRKAY ve Murat EREN tarafından kaleme alınmıştır. Makalede otel işgörenlerinin iş tanımlarını bilme durumlarının çok

boyutlu bir perspektiften incelemesi amaçlanmaktadır. Çalışma sonuçları otel İKY yetkilerinin iş tanımlarını netleştirmeleri gerektiği yönündeki bulgusuyla dikkat çekmektedir.

İşletme Bilimi Dergisi

2020

Cilt:8 Sayı:1

Sayımızın bir diğer makalesi “Kamu Hastanelerinde ve Özel Hastanelerde Yapılan Dış Çevre Analizinin Vizyon ve Misyon Oluşturma İle İlişkisi Hakkında Yönetici Görüşleri (Ankara İlinde Bir Uygulama)” başlıklı makaledir. Dr. Özlem DEMİR ve Prof. Dr. Zekai ÖZTÜRK tarafından kaleme alınan çalışma Ankara ilinde faaliyette bulunan kamu ve özel hastanelerde yapılan dış çevre analizinin misyon ve vizyon oluşturma ile ilişkisi hakkındaki yönetici görüşlerinin belirlenmesini amaçlamaktadır.

Doç. Dr. Recep YILMAZ ve Rabia BÖLÜKBAŞI'nın hazırladıkları “Faizsiz Finansman Bonosu Sukuk Uygulaması ve Muhasebeleştirilmesi” adlı makale, bir yatırım aracı olan SUKUK’u irdeleyerek muhasebeleştirilmesine dair literatüre katkı sağlamaktadır.

Sayımızın son makalesi Dr. Öğr. Üyesi Ayhan SERHATERİ ve Fatih Güray KURŞUN tarafından yazılan “Deneyimsel Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Sakarya İli Örneği” başlıklı makaledir. Makalede yazarlar deneyimsel pazarlamanın tüketici üzerindeki ve tüketicinin satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin detaylı olarak açıklamaktadır.

Dergimiz bu sayısı da işletmeciliğin farklı disiplinlerinde değerli bilim insanlarının kıymetli çalışmalarıyla zengin bir içerik sunmaktadır. Dergi politikası olarak bundan sonraki sayılarımızda da işletme bilimine dayalı farklı disiplinlerden gelen çalışmaları yayınlamaya özen göstereceğiz. Bu sayımızda göndermiş oldukları makaleler ile dergimize katkı sağlayan tüm yazarlarımıza, dergimize gönderilen makalelerin değerlendirilmesi için kıymetli vakitlerini ayıran saygıdeğer hakemlerimize ve makalelerin dergide yayınlanmaya hazır hale gelmesi için yoğun bir gayret gösteren editör kurulumuz ve dergi sekretaryamıza teşekkürlerimi sunarım. Dergimizin okurlarımız ve bilim insanlarına faydalı olması dilekleriyle sonraki sayılarımızda işletmeciliğin güncel çalışmalarını bilim dünyasının hizmetine sunmak için siz değerli bilim insanları ve araştırmacıların katkılarını bekliyoruz.

Saygılarımızla...

Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT
Editör

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Yıl (Year) 2020 Cilt (Vol.) 8 Sayı (No) 1

Derleme Makaleleri/Review Articles

- Risk Sermayesi ve Melek Sermaye Finansman Yönteminin Girişimciliğin Finansmanı Açısından Değerlendirilmesi**
Evaluation of Risk Capital and Angel Capital Financing Method in Terms of Entrepreneurship Financing 1-33
Öğr. Gör. Gözde UÇAR
- Dolar Hegemonyası Ve Kripto Para Mühendisliği Üzerine Teknolojik Risk Analizi**
Technological Risk Analysis on Crypto Currency Engineering and Dollar Hegemony 35-65
Dr. Ahmet Efe

Araştırma Makaleleri/Research Articles

- Venöz Tromboembolizmin Maliyetleri ve Ekonomik Yükünün Belirlenmesine İlişkin Sistematik Bir Derleme: Farmaekonomik Önleyici Bir Tedavi Olarak Dmah**
A Systematic Review of The Determination of Costs And Economic Burden of Venous Thromboembolism: Lmavh As A Pharmaeconomic Preventive Therapy 67-95
Arş. Gör. Gülsüm Şeyma KOCA ve Prof. Dr. Yusuf ÇELİK
- Hasta Güçlendirme ve Yaşam Kalitesi İlişkisi**
The Relationship of Patient Empowerment and Life Quality 97-114
Dr. Öğr. Üyesi Ali YILMAZ, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KAR ve Arş. Gör. Mustafa KAYA
- Otel Çalışanlarının İş Tanımları Konusundaki Farkındalıkları Üzerine Bir Araştırma**
A Research on Awareness of Hotel Employees on Job Description 115-139
Oğuz TÜRKAY ve Murat EREN
- Kamu Hastanelerinde ve Özel Hastanelerde Yapılan Dış Çevre Analizinin Vizyon ve Misyon Oluşturma İle İlişkisi Hakkında Yönetici Görüşleri (Ankara İlinde Bir Uygulama)**
Administrative Opinion on the Relationship of External Environmental Analysis in Public and Private Hospitals on Vision and Mission Building (An Application in Ankara) 141-165
Dr. Özlem DEMİR ve Prof. Dr. Zekai ÖZTÜRK
- Faizsiz Finansman Bonosu Sukuk Uygulaması Ve Muhasebeleştirilmesi**
The Application and Accounting of Interest Free Financial Bond SUKUK 167-194
Doç. Dr. Recep YILMAZ ve Rabia BÖLÜKBAŞI
- Deneyimsel Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Sakarya İli Örneği**
Effect of Experimental Marketing on Consumer Purchase Intention: Sakarya Province Case 195-226
Dr. Öğr. Üyesi Ayhan SERHATERİ ve Fatih Güray KURŞUN

RİSK SERMAYESİ VE MELEK SERMAYE FİNANSMAN YÖNTEMİNİN GİRİŞİMCİLİĞİN FİNANSMANI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Risk Sermayesi ve Melek Sermaye Finansman Yönteminin Girişimciliğin Finansmanı Açısından Değerlendirilmesi

Öğr. Gör. Gözde UÇAR

Kastamonu Üniversitesi, Dadaş Nafi ve Ümit Çeri MYO,
Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü
gserezli@kastamonu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-0573-839X

1

ÖZ

Amaç: Girişimciler yaratıcı fikirlerini ve projelerini hayata geçirebilmek için öncelikle gerekli olan sermayeyi oluşturma yoluna gitmektedirler. Ancak sermaye oluşturmak, fikir aşamasındaki projeler için zorlayıcı olabilmektedir. Bu noktada, risk sermayesi ve melek sermaye gibi alternatif finansman yöntemleri öne çıkmaktadır. Risk sermayesine kıyasla daha yeni bir yöntem olan melek sermaye, ülkemizde 2013 yılından bugüne kadar Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından desteklenen bir yöntemdir. Bu iki yöntem içerik olarak birbirine çok yakındır ve sıklıkla karıştırılmaktadır. Ancak bu finansman yöntemleri arasındaki benzerliklerin yanı sıra bazı ayrımlar da vardır. Bu çalışmanın amacı, bu finansman yöntemlerini kavram ve işleyiş bakımından incelemektir. Ayrıca, Dünya’da ve Türkiye’de girişimciler tarafından hangi yöntemin daha fazla kullanıldığı ya da ulaşılabilirliği açısından değerlendirmeler yaparak, yöntemlerin farklarını ve benzerliklerini ortaya koymaktır.

Yöntem: Bu çalışmada yöntem olarak ikincil verilerden, yönetmeliklerden ve ilgili literatürden faydalanılmıştır. Ayrıca bu finansman yöntemlerinden yararlanabilen, dünya çapında başarılı olmuş girişimci ve işletme örneklerine yer verilmiştir.

Bulgular: İki yöntem, yatırımlarda kullanılan fonun büyüklüğü ve kaynağı, yatırım konusu, yatırım sonrası üstlenilen roller, yatırım araçları, yatırım yapılan aşama gibi konularda farklılıklar göstermektedir. Ayrıca, ulaşılan sayısal ve ikincil veriler ışığında, girişimciler tarafından süreç içerisinde en fazla kullanılan finansman yönteminin risk sermayesi olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç: Risk sermayesi yöntemi, köklü geçmişi dolayısıyla melek finansmana göre daha çok tanınmaktadır. Dolayısıyla, girişimciler özellikle melek sermaye yöntemi hakkında bilgilendirilmeli, mevcut ve potansiyel yatırımcılarla bir araya getirilmelidir. Bununla birlikte, melek yatırımcılara kıyasla risk sermayedarlarına ilişkin ülkemizde bazı vergi avantajları ve yasal düzenlemeler yapılmaktadır. Melek

yatırımcıların da desteklenmesi amacıyla teşviklerin yapılması ve gerekli ortamın hazırlanması konusunda kamu kurumlarına görevler düşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Melek Sermaye, Melek Finansman, Risk Sermayesi, Alternatif Finansman, Girişimcilik

EVALUATION OF RISK CAPITAL AND ANGEL CAPITAL FINANCING METHOD IN TERMS OF ENTREPRENEURSHIP FINANCING

ABSTRACT

Aim: Entrepreneurs go first to create the necessary capital to realize their creative ideas and projects. However, creating capital can be challenging for projects at the idea stage. At this point, alternative financing methods such as venture capital and angel capital come to the fore. Angel capital, which is a newer method compared to venture capital, is a method supported by the Ministry of Treasury and Finance in our country since 2013. These two methods are very close in content and are often confused. However, there are some distinctions as well as similarities between these financing methods. The purpose of this study is to examine these financing methods in terms of concept and operation. Also, what method is used more by entrepreneurs in the world and Turkey, or making assessments in terms of accessibility, it is to reveal the differences and similarities of the methods.

Method: In this study, secondary data, regulations and related literature were used as a method. In addition, there are included of entrepreneurs and business examples who can benefit from these financing methods, which have been successful in the World.

Findings: The two methods differ in subjects such as the size and source of the fund used in investments, the subject of investment, the roles undertaken after the investment, the instruments of investment, the stage of investment. In addition, in the light of the numerical and secondary data reached, it was determined that the most used financing method by entrepreneurs in the process is venture capital.

Result: Venture capital method is more known than angel financing due to its deep-rooted history. Therefore, entrepreneurs should be informed especially about angel capital method and brought together with existing and potential investors. However, some tax advantages and legal regulations are made in our country regarding venture capitalists compared to angel investors. In order to support angel investors, public institutions have duties to provide incentives and prepare the necessary environment.

Keywords: Angel Capital, Angel Financing, Venture Capital, Alternative Financing, Entrepreneurship

I. Giriş

Günümüzde çoğu girişimci, hem projenin fikir aşamasında ve kuruluşta hem de genişleme ve büyüme evrelerinde yeterli sermayeye ihtiyaç duymaktadırlar. Erken aşama olarak bilinen, çekirdek (tohum) ve başlangıç aşamasında olan girişimlerin, büyüme ve gelişme aşamasındaki girişimlere kıyasla sermayeye olan ihtiyaçları daha fazladır. Çünkü parlak bir iş fikri olan ve hayata geçirmek isteyen ancak gerekli finansmanı sağlayamayan birçok girişimci adayı bulunmaktadır. Bu aşamadaki girişimci adaylarının, öz sermayelerinin yetersizliği ve henüz faaliyete geçememiş olmaları nedeniyle; banka kredilerinden ya da çeşitli borçlanma yoluyla finansman olanaklarından yararlanmalarının rasyonel olmadığı aşikârdır. Ayrıca bu erken aşamada, girişimcilerin başlangıçta sahip olmaları gereken finansman kaynağı yanında sektörde sürekliliği sağlayacak yönetim tecrübeleriyle de desteklenmeleri gerekmektedir. Ne yazık ki, finansmana erişim sıkıntısı ve bunun gibi sebeplerle çoğu faydalı iş fikri ve proje, hayata geçmeden rafa kaldırılmak zorunda kalabilmektedir.

Bu noktada, gelişmiş ülkelerde başarıyla uygulanan ve hukuki çerçevesi oluşturularak ülkemize de uyarlanan, alternatif bir finansman aracı olan risk sermayesi yöntemi kullanılabilir. Risk sermayesinin çıkış noktasının 1946 yılında ABD olduğu ve 1980'li yıllarda diğer Avrupa ve Asya ülkelerinde de yaygınlaştığı bilinmektedir. Risk sermayesi; yenilikçi fikir, buluş ve projelerini oluşturmuş fakat yeterli sermayesi olmayan; yatırım aşaması olarak çekirdek, başlangıç ve çoğunlukla ileri evrede olan girişimcilere, küçük ve orta ölçekli işletmelere (KOBİ) finansman desteğinde bulunan bir yöntemdir. Sağladıkları özsermaye akışının yanında yönetsel ve teknik anlamda da girişimciyi donatan bu yöntem, başarıyla uygulandığı takdirde ülkeyi rekabet ortamında bir adım daha ileriye taşıyabilecektir.

Bu çerçevede, girişimcilere gerekli finansal ve yönetsel desteği sağlayabilecek alternatif yöntemlerden bir diğeri de melek sermayedir. Ülkemizde çok fazla geçmişi olmayan ve gelişme yolunda hızla ilerleyen melek sermaye finansman yöntemi; yine başarı potansiyeli yüksek ve yeterli sermayesi olmayan girişimci adaylarını ve girişimleri destekleme yöntemidir. Risk sermayesinde olduğu gibi melek sermaye finansman yönteminde de yeni fikirlerde, başarı ve teknoloji odaklılık öne çıkmaktadır. Melek sermaye yoluyla finansman sağlamayı üstlenen melek yatırımcı girişimciyi, finansman desteğinin yanında yönetim tecrübeleriyle de eğitmekte ve gelecek hakkında girişimcilere önerilerde bulunmaktadır. Zira, yatırımcının melek olarak nitelendirilmesi, girişimciye verdiği yönetsel desteğin ötesine geçerek samimi ilişkiler kurmasından kaynaklanmaktadır (Uluyol, 2008:49).

Bu çalışmanın amacına yönelik ilerleyişi şu şekilde olacaktır: Öncelikle ilk bölümde; risk sermayesi kavramsal çerçeveye, yöntemin işleyişine, türlerine, girişimciliğin finansmanında Dünya’da ve Türkiye’de kullanım durumuna ilişkin niceliksel ve ayrıntılı bilgiler verilecektir. İkinci bölümde; melek sermaye kavramı, melek yatırımcı ve melek grupları kavramları, yasal alt yapısı açıklanacak, melek sermaye finansman yönteminin, girişimciler tarafından Dünya’da ve Türkiye’de kullanım durumu incelenecektir. Üçüncü bölümde, Türkçe literatürde risk sermayesi ve melek sermayeyi bir arada incelemiş olan makale formundaki çalışmalar ele alınacaktır. Dördüncü bölümde, risk sermayesi ve melek sermaye finansman yöntemleri arasındaki farklar ve benzerlikler ayrıntılı olarak incelenecek, son olarak beşinci bölümde ise literatür ve ikincil veriler yoluyla ulaşılan bilgiler risk sermayesi ve melek sermaye ekseninde karşılaştırmalı olarak değerlendirilecek, sonuç ve önerilere yer verilecektir.

II. Kavramsal Çerçeve

2.1. Risk Sermayesi

Risk sermayesi kavramı, Türkçe yazında girişim sermayesi, cesaret sermayesi, risk sermayesi ve risk kapitali vb. terimlerle ifade edilse de doğru ve en bilinen kullanım şekli risk sermayesidir (Aypek, 1998:7; İpekten, 2006:386; Akgönül ve Altay, 2001:458; Tuncel, 2000:2). Girişim sermayesi (private equity), risk sermayesi (venture capital) ve bu metnin diğer odak noktası olan melek sermaye kavramları birbirine benzeyen ve sıklıkla karıştırılan kavramlardır. Girişim sermayesi, kurumsal risk sermayesi işletmeleri tarafından verilen fonları, kamu tarafından sağlanan fonları, melek yatırımcılar tarafından verilen fonları, işletmenin çalışanları ya da yöneticileri tarafından satın alınmaları gibi farklı uygulamaları içermektedir (Cendrowski et al., 2012:4). Yani girişim sermayesi, risk sermayesini de kapsayan bir kavramdır (spk.gov.tr, 2016:3). Risk sermayesi, girişim sermayesi yatırımlarının en formalize olmuş şeklidir (McKaskill, 2009:13).

Risk sermayesinin bilimsel birçok tanımı bulunmaktadır. Çonkar (2007) bu yöntemi; yaratıcı, umut vadeden ve yenilikçi fikirleri olan ancak finansman anlamında yeterli olmayan girişimcilerin fikirlerini geliştirmeye olanak tanıyan, girişimciyi yönetsel anlamda destekleyen, hisse senedi sahibi olma karşılığında girişimciye sermaye akışı sağlayan bir finansman yöntemidir, şeklinde tanımlamıştır. Risk sermayesi, risk sermayedarlarının yeni fikir üreten ve proje geliştiren, büyüme odaklı KOBİ'lere, hedeflerine ulaşmalarını sağlamak amacıyla bu işletmelerden edinecekleri pay senedi karşılığında yaptıkları sermaye yatırımları olarak da tanımlanmaktadır

(Civil, 2008:4). Atilla (2006) ise risk sermayesini; borsada işlem görmeyen şirketlerin başarılı olabilmeleri için, paylarının satın alınması yoluyla bu işletmelere uzun vadeli finansal kaynak sağlanması olarak tanımlamaktadır.

Yanı sıra, risk sermayesinin üzerinde durduğu önemli konulardan iki tanesi yüksek getiri ve risktir (Çonkar, 2007:4). Bu anlamda “risk sermayesi, riskli ancak getirisi yüksek yatırım imkanlarını arayan bir sermaye türü” olarak kabul edilmektedir. Bu tanımda ifade edilen riskten kasıt, risk sermayesi yatırımının ileri teknoloji içeren KOBİ'lere uzun vadede ortak olunması şeklinde gerçekleşmesidir. Yani, bunun bir anlamda öz sermaye yatırımı olduğu düşünüldüğünde, risk sermayesi finansman yönteminde özsermayenin taşıdığı yüksek risklilik durumu ortaya çıkabilmektedir. (Aypek, 1998:8). Öte yandan risk sermayesi yatırımı, küçük ve ileri teknolojik düzeyde faaliyet gösteren işletmelerin başlangıç sermayesini finanse etmenin yanında, olgunlaşma evrelerinde olan büyük işletmelerin paylarının satın alınmasını desteklemek amacıyla da kullanılabilir (Aydemir, 2005:6).

Risk sermayesi genel anlamda bir ortaklıktır. Bu ortaklıkta, fikirlerinin başarıya ulaşacağını düşünen bir girişimci ve bu fikirlerin yeniliklerle buluştuğunda ve geliştirildiğinde fayda sağlayacağını düşünerek söz konusu girişimciye finansal destek ve yönetim tecrübeleri sağlamayı kabul eden bir risk sermayedarı bulunmaktadır (Ceylan, 2002:179). Ortaklık, risk sermayesi şirketinin destekleyeceği girişimcinin kuracağı işletmenin paylarının bir kısmını almasıyla oluşur (Çonkar, 1995:9). Yapılan yatırımların süresi belli değildir ve bu süreyi belirleyen faktör, genelde yatırımcının deneyimlerine ve yapılan işin beklenen düzeye ulaşımına bağlıdır (Ceylan, 2002:180). Bu doğrultuda risk sermayesi yatırımları uzun vadeli ve daha çok mikro işletme ve KOBİ'lere yönelik yapılan yatırımlardır. Bu yüzden yapılan yatırımın getirisi kısa sürede elde edilemez ve yatırımın dönüşü beş ya da on yıl arasında değişebilmektedir (Kuğu, 2004:145,146).

Risk sermayedarları aldıkları hisse senetleri karşılığında, belirli süre sonunda ortaklıktan ayrılmayı amaçlamaktadırlar. Bu yatırım türünde amaç, uzun vadede yatırımda kalmak ya da yönetimi ele geçirmek, paylaşmak değildir (Aydemir, 2005:8). Buna uygun olarak, yatırım yapılan işletmenin belirli bir olgunluğa ve pazar payına erişmesinden sonra bu hisseleri, hisse senedi piyasasında satarak nakde dönüştürmeyi tercih ederler (Kuğu, 2004:146). Risk sermayesi yöntemi genellikle bireysel yatırımcıların sağladığı destek olarak düşünülse de, devlet kurumları ve diğer finansal kurumlar/kuruluşlar da risk sermayesi yatırımı yapabilmektedirler (Eyüpgiller, 1988:142). Risk sermayesinin başka bir

Risk Sermayesi ve Melek Sermaye Finansman Yönteminin Girişimciliğin Finansmanı Açısından Değerlendirilmesi

özelliği ise, isminden de anlaşıldığı gibi riskli bir yatırım olmasıdır. Çünkü yatırımcılar işletmelerin başlangıç aşamalarında destek sağlarlar ve yatırım yapılan proje, sermayedarın yüksek kâr beklentileri doğrultusunda ilerlemeyebilir. Bu durumda yatırımın tamamen kaybedilme riski ortaya çıkabilmektedir. Buradaki yüksek kârdan kasıt, “teknolojik yenilik sonucu verimlilik artışından sağlanan kazançlılıktır”. Riskli bir yatırım olmasının diğer nedeni ise, yeni bir ürün geliştirilmesi ve piyasada tutunup tutunamama durumudur (Akgönül ve Altay, 2001:460,461).

6

Risk sermayesi yatırımı belirtildiği üzere KOBİ'lere finansal ve yönetsel destek sağlamak amacıyla yapılır. KOBİ'ler çoğu zaman büyümek için banka kredisi kullanma yoluna gitmekte ya da öz kaynaklarına bağlı kalmaktadırlar. Fakat henüz başlangıç aşamasında olan küçük ve orta büyüklükteki girişimlerin yeteri düzeyde öz kaynakları bulunmamaktadır. Teminat ve kredi maliyetlerinin yüksekliği sebebiyle bankacılık sisteminden de yeteri kadar finansal destek sağlayamamaktadırlar (Güngörürler, 2005). Bu işletmeler risk sermayesi finansman yöntemiyle, finansman sağlama imkanına kavuşmuş olurlar. Risk sermayesi yöntemi ile başarı potansiyeli olan projelere fon aktarımı yapılmaktadır. Bu yöntemin geliştirilmesi ve yaygınlaşması KOBİ'ler açısından büyük önem arz etmektedir (Çonkar, 2007:8,9).

Dünya'da ve Türkiye'de Risk Sermayesi

Risk sermayesi yönteminin tam olarak ne zaman ortaya çıktığı konusunda çeşitli görüşlerin var olması ile birlikte bu yöntemin temellerinin İslam dininde “Mudaraba” ve “Muşaraka” ortaklık biçimleriyle atıldığı görüşleri mevcuttur (Aypek, 1998:10). Mudaraba; taraflardan birinin emek, bilgi ve tecrübesini, diğerinin sadece sermayesini koyarak yürüttükleri bir ortaklık türüdür. Muşaraka ise ortaklığa sermaye konulması yanında yönetime dahil olunması şeklinde yürütülen ortaklıktır. Elde edilen kâr, her iki ortaklık türünde de aralarında yapılan anlaşma çerçevesinde paylaşılır (Çonkar, 2007:2).

Bugünkü anlamıyla risk sermayesi, ilk olarak ABD'de uygulanmaya başlanmıştır. 1946 yılında Laurence Rockfeller'ın asker arkadaşlarına yardım amacı dışında finansal destek sağlayacağını belirtmesi ve risk sermayesi yöntemiyle hisse alarak arkadaşlarının kuruluşuna ortak almıştır (Kuğu, 2004:143). Aynı zamanda 1946 yılında Boston'da ilk kamu risk sermayesi şirketi olan Amerikan Araştırma ve Kalkınma Kurumu kurulmuştur (Kuğu, 2004:143,144; Çonkar, 1995:5). Risk sermayesinin öncüsü olan ABD'de gerçekleştirilen, günümüzde de başarılı olmuş risk sermayesi yatırımları; Google, Yahoo, Microsoft, İntel ve Youtube gibi

bilişim dünyasının öncüleri olan birçok firma risk sermayesi ile kurulmuştur. Dolayısıyla bu başarılı uygulamalar diğer ülkelerde de risk sermayesi kullanımının yaygınlaşmasını sağlamıştır (Civil, 2008:70).

Kanada’da risk sermayesi kuruluşları 1970’li yıllarda 10-15 milyon Dolarlık bir yatırımla çalışmaya başlamışlardır. 1976 yılında yapılan araştırmalara göre Kanada’da 50 risk sermayesi şirketi mevcutken 1986 yılında bu sayı 100’e ulaşmıştır. Kanada’da devlet de risk sermayesinin gelişimine katkıda bulunarak, kendisine ait olan CDC’i (Canadian Development Corporation) kurmuş ve risk sermayesi piyasasına girmiştir. Daha sonraları bu kuruluş, özel sektöre ait başarılı risk sermayesi şirketlerinin paylarını alarak bu şirketlere finansal kaynak sağlamıştır (Ceylan, 2002:199). Yine Kanada’daki risk sermayesi havuzunun 1986 yılında 650 milyon Kanada Dolarına ulaştığı ve bu rakamın ABD’deki havuzun onda birine eşit olduğu ileri sürülmüştür (Masun, 1995:59). 1987 yılında ise risk sermayesi fonlarının toplamının 1.850 milyon Dolar olduğu bilinmektedir (Tuncel, 2000:95). 2000’li yıllarda ise Kanada’daki yatırımların ABD’deki yatırımlardan düşük olduğu ama ABD’ye yakın bir gidişatta olduğu görülmüştür. Bunun nedeni ise, Kanada Risk Sermayesi Şirketlerinin büyük bir kısmının ABD Risk Sermayesi Şirketleri ile ortaklık yoluna gitmiş olmasıdır (Beşkardeşler, 2010:41).

Risk sermayesi finansmanında ABD’de asıl gelişim 1980’li yıllarda gerçekleştirilen vergi teşviklerinden sonra başlamış ve bununla birlikte risk sermayesinin kullanımı Avrupa ve Japonya’da da yaygınlaşmaya başlamıştır (Tuncel, 2000:2; Çonkar, 2007:3). Avrupa’da risk sermayesinin 1945 yılında İngiltere’de İngiliz Merkez Bankası olan Bank of England’ın kurduğu ‘3İ’ kuruluşuyla başladığı da ileri sürülmektedir. Ancak bu kuruluşun 1980’lerde kendisini yeniden yapılandırarak “gerçek bir risk sermayesi kuruluşu” halini aldığı ifade edilmektedir (Aypek, 1998:12; Çonkar, 2007:3). İngiliz hükümeti 1981 yılında küçük ama yüksek teknoloji üreten işletmeleri desteklemek amacıyla İngiliz Teknoloji Grubu’nu (BGT) oluşturmuştur (Ceylan, 2002:193). 1983 yılında, İngiltere’de risk sermayesi alanında, İngiliz Risk Sermayesi Birliği (BVCA) kurulmuştur (Civil, 2008:76). 1986 yılında ise İngiltere’de risk sermayesi alanında gelişmeler devam etmiştir.

Fransa’da ise risk sermayesi alanında ilk çalışma; 1972 yılında, yeni teknoloji alanlarında çalışan firmaların paylarını alarak karşılığında bu firmalara uzun vadeli kredi açan Sofinova isimli kamu kuruluşuyla başlamıştır. Fransa’da risk sermayesi alanında ikinci gelişme ise, OTC’nin (Tezgaüstü Piyasa) kurularak borsaya kotasyonun esnek ve cazip hale getirilmesi ile devam etmiştir (Tuncel, 2000:98).

Almanya’da ise risk sermayesi fikrinin ABD ile uyumlu olması arzulanmış fakat çok fazla gelişme gösterememiştir. 1970’li yıllarda özel sektörde risk sermayeciliğini özendirmek, geliştirmek amaçlı yönlendirici çalışmalar başlatan Alman (Batı Alman) devleti yetkilileri, 28 bankanın bir araya gelerek risk sermayesi şirketi oluşturmalarını istemiş ve şirketin zarar etmesi halinde, devletin oluşun zararın %75 ini karşılayacağını belirtmiştir. Böylelikle 1975 yılında Almanya’da ilk destekli risk sermayesi şirketi (Waingfinanzierungsgesellschaft) kurulmuştur (Beşkardeşler, 2010:43). Ancak gerçek anlamda ilk Alman risk sermayesi şirketi, 1983 yılında Münih’te kurulan Technoventure’dur. Tüm bu çabalara rağmen 1984 yılında Almanya’da yalnızca 10 tane risk sermayesi şirketi mevcuttu (Masun, 1995:64). Almanya’da risk sermayesinin gelişmemesinin sebeplerini Tuncel (2000); devletin ve bankaların KOBİ’ler üzerindeki hakimiyeti ve şirketlere aşırı destekte bulunması, kültürel risk çekingenliği, Alman vergi sisteminde faiz geliri lehine, hisse senedi geliri aleyhine hükümlerin var olması, kişilerin kendi ortaklıklarını kurmak yerine vergiden tamamen muaf olabilecekleri “Bauherren modelle” adı verilen ortaklıklara girmeyi tercih etmeleri ve son olarak sermaye piyasasına kotasyon koşullarının ağır oluşu bu nedenle küçük işletmelerin halka arzda karşılaştığı zorluklar şeklinde sıralamıştır (Tuncel, 2000:96).

Asya’daki risk sermayesi sektörüne bakılacak olursa, ABD ile kıyaslandığında oldukça düşük kalmaktadır. Risk sermayesi sektöründe bölgedeki en büyük iki ülke Japonya ve Çin’dir. 2019 verilerine göre ABD yine pastadan en büyük dilimi alarak küresel bir endüstri haline gelen risk sermayesi yatırımları konusunda en büyük piyasa olma başarısını sürdürmüştür. Diğer yandan, risk sermayesindeki büyüme hızı, Çin başta olmak üzere Asya ülkelerinde öne çıkmıştır. 2019 verilerine göre, dünyadaki en büyük 10 risk sermayesi fonundan 3’üne Çin’in ev sahipliği yaptığı ortaya koyulmuştur. Risk sermayesi yatırımlarının dünya çapında 856 milyar Dolara ulaştığı ve 2022 yılında şirketlere yapılan bu yatırımların değerinin 1trilyon Dolara ulaşacağı öngörüsü mevcuttur (bloomberght.com/ 2019).

Diğer büyük Asya ülkesi olan Hindistan’da ise risk sermayesi piyasasının oldukça küçük olduğu görülmektedir (Aydemir, 2005:90). Japonya’da, yeni teknolojik yatırımları bizzat kendi uygulayan ve finansal sistemin büyük kuruluşlara dayandığı bir ortam söz konusu olduğu için bu ülke başlarda risk sermayesi alanında çok gelişme gösterememiştir. Bunun yanı sıra Japonya’da risk sermayesi alanında ilk çalışmalar 1963 yılında, küçük işletmelere hisse senedi ya da hisse senedine çevrilebilir tahvil karşılığında öz kaynak sağlamak için, Tokyo, Nagoya ve Osaka’da olmak üzere 3 tane Küçük İşletmeler Yatırım Şirketi kurulmuştur. Ayrıca,

Japonya’da risk sermayesi alanında faaliyet gösteren en güçlü 3. şirket Nikon Investment and Finance şirkettir (Ceylan, 2002:198,199).

Türkiye’de risk sermayesinin gelişimine bakıldığında bu alandaki ilk hareket; Türkiye’deki KOBİ’lere finansal destek sağlamaya yönelik olarak 1984 yılında kurulan Gelişme ve Destekleme Fonu’dur (Aypek, 1998:113). Daha sonra bu kuruluşu, sermayeleri yetersiz olan girişimcilerin desteklenmesi amacıyla kurulan, İşsizlikle Mücadele ve İstihdamı Geliştirme Yüksek Koordinasyon Kurulu’nun 5 Ocak 1986 tarihli genelgeyle oluşturulması izlemiştir. Bu kurul ilk olarak bir risk sermayesi sisteminin kurulması yönünde çaba göstererek ‘Teşebbüs Destekleme Ajansı (TDA)’ isimli kurumun oluşturulmasını sağlamıştır (Çonkar, 2007:85). TDA müteşebbise finansal, teknik, idari vb. konularda, risk sermayesi çerçevesinde finansal destek sağlamayı öngörmüştür. Fakat TDA’nın bu çalışmaları, 1988-1989 yılları arasında yaşanan siyasi gelişmelerin ekonomik kararlara yansısıyla durmuştur. 1990 yılında Dünya Bankası işbirliğinde hazırlanan Teknoloji Geliştirme Projesi çerçevesinde, “teknoloji yoğun projelere uzun vadeli kredi sağlamak” amacıyla bir risk sermayesi şirketinin kurulması gündeme gelmiştir. Bu çalışmanın ürünü olarak 1991 yılında Teknoloji Geliştirme Vakfı kurulmuş ancak bu kurumunda etkinliği çok fazla sağlanamamıştır (Akgönül ve Altay, 2001:475).

Bazı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de kamunun risk sermayesi uygulamalarına destek olması olağan ve normaldir. 1980’lerde yaşanan siyasi kargaşa neticesiyle faaliyetlerinde başarılı olamayan risk sermayesi kuruluşlarının önemini, 1991 yılında kurulan hükümet anlamış ve sektörün gelişmesi için destekte bulunmuştur (Aypek, 1998:114; Eyüpgiller, 1988:144). Bu konuda T.C. Sanayi Bakanlığı ile Birleşmiş Milletler Kalkınma Teşkilatı tarafından, Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı (KÜSGET) kurulmuştur. Bu kuruluşun adı ileriki zamanlarda, KOBİ’lerin girişimcilik, teknik, danışmanlık, laboratuvar hizmetleri, pazarlama, yönetim, muhasebe vb. konularda desteklenmesine ilişkin olarak, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) olarak değiştirilmiştir. Bunun yanında bu yıllarda Türkiye Halk Bankası da risk sermayesi sektörüne katkıda bulunmuştur (Ceylan, 2002:201).

Türkiye’de risk sermayesini destekleme amaçlı yapılan bu faaliyetlerin yanı sıra, 1993 yılında SPK’nın yayınlamış olduğu tebliğle, Risk Sermayesi Yatırım Ortaklığı (RSYO) isimli bir yapı kurulmuştur (Can, 2012:80). Bu yapı kayıtlı sermayeli anonim ortaklık şeklinde kurulmuş olup, başlangıç sermayelerini esas olarak sermaye ve faiz kazancı elde etmek için risk sermayesi yatırımlarına yönelterek, risk sermayesi yatırım faaliyetlerinde bulunan halka açık ortaklıklardır (Aypek, 1998:118).

Türkiye’de “yeniliğin finansmanı” konusunda faaliyete geçen risk sermayesi şirketleri ve bir takım aktörler bulunmaktadır. Bu kuruluşlar gerek risk sermayesi yatırım ortaklığı şeklinde faaliyette bulunan, gerekse devlet tarafından, risk sermayesinin desteklenmesi amacıyla kurulan kuruluşlar, yapılan ortaklıklar şeklinde olmuştur.

Risk Sermayesinin Tarafları ve İşleyişi

Risk sermayesi finansman modelinin işleyebilmesi için bazı aktörlere ihtiyaç vardır. İpekten’e (2006) göre modelde, mucit, girişimci ve risk sermayedarı (lider sermayedar) olmak üzere 3 taraf vardır. Mucit, yeni bir ürün icat eden, eski ürüne yeni kullanım alanı bulan veya yeni bir üretim modeli oluşturan kişidir. Mucit bazen bu icadı yenilik halinde pazara sunan girişimci ile aynı kişi olabilmektedir. Girişimci ise, yeni pazar, tedarik ve finansman kaynakları bularak, ekonomik gelişmede öncülük yapan, yeni refah üretme kapasitesi yaratan kişidir. Lider sermayedar ise, yenilikçi ve parlak fikirlere risk sermayesi sağlayan kişi ya da kuruluşlardır. Bu aktörlere; Yatırımcıları (Sınırlı Ortaklar), Risk Sermayesi Şirketlerini (Genel Ortaklar), Girişimci Şirketleri ve Menkul Kıymet Borsalarını da ekleyebiliriz (Çonkar, 2007:14):

Yatırımcılar tasarruflarını, uzun vadede yüksek kazanç beklentisi güderek, girişimci şirketlerin finansmanında kullanmak üzere, risk sermayesi şirketlerinin ihraç ettiği katılım paylarına yatıran kişi veya kuruluşlardır. Bunlara örnek olarak; emeklilik fonları, bankalar, özel sigorta şirketleri, bireysel tasarruflular, vakıflar, ticaret ve sanayi odaları, üniversiteler gösterilebilir (Çonkar, 2007:14). Risk sermayedarı çoğunlukla bu kuruluşlardan fon sağlamaktadır (Aydemir, 2005: 10). Yatırımcılara, fon sahipleri veya risk sermayesi şirketine parasını yatıran kişi ya da kuruluşlar da denilmektedir (Akgönül ve Altay, 2001:463).

Risk sermayesi şirketleri sınırlı ortaklardan topladıkları fonları, aday girişimcilerden uygun bulduklarının paylarını satın alarak bu girişimci şirketleri finanse etmiş olurlar. Böylece risk sermayesi şirketi ve finanse edilen girişimci şirket ortak olmuş olurlar (Akgönül ve Altay, 2001:463). Finanse edilen işletme istenilen başarı düzeyine ulaştığında, hisse senetlerinin halka arzı yoluyla yatırımdan çıkış gerçekleşebilir. Bunun yapılabilmesi için de menkul kıymet borsasına ihtiyaç vardır (Çonkar, 2007:17). Bu yolla, aktarılan fonların önemli ölçüde büyütülmüş olarak geriye alınması sağlanır (Akkaya ve İçerli, 2001:67).

Özetle; risk sermayesi finansman yönteminin işleyişinde öncelikle fonlar, bireylerden veya bazı kuruluşlardan toplanma yoluyla temin edilir. Daha sonra bu fonlar, faydalı iş fikri olan, teknolojik olarak gelişebilecek,

yüksek düzeyde kâr sağlayabilecek girişimlere aktarılır. Bir sonraki aşamada ise yatırım yapılmak istenen girişimcinin hisse senetleri risk sermayedarı (genel ortak) tarafından satın alınarak, girişime belli bir oranda ortak olunur. Risk sermayesi şirketinin girişimci şirketten ne kadar ve hangi fiyattan hisse senedi alacağı yani ortaklık payları, karşılıklı pazarlık sonucu kararlaştırılır. Bu doğrultuda girişimci desteklenir ve ortak olunan şirket yeterli düzeye geldiğinde, ortaklık paylarının satılması ile bağlı tutulan fonlar ve beklenen kârlar likit hale dönüşür ve nihayetinde yatırımdan çıkılabilir. (Çonkar, 2007:17; Akgönül ve Altay, 2001:464; Aypek, 1998:31).

Risk Sermayesi Finansman Türleri

Risk sermayesi yönteminde yatırım süreci, işletmelerin finansman ihtiyaçlarına göre çeşitli aşamalardan oluşmaktadır. Yatırım yapılacak şirketlerin niteliğine, buldukları aşamaya ve karşılaşılabilecek risk faktörlerine göre her yatırım için farklı finansman türleri mevcuttur (Çoban ve Saban, 2006:134). Bir işletmenin yaşam döngüsü olan ve doğum, büyüme, olgunluk, düşüş şeklinde ifade edilen her dönem için uygun bir risk sermayesi türünün olduğunu söylemek mümkündür. Bir iş fikrinin hayata geçmesinden, işin kurulmasına, büyütülmesine ve gerileme döneminde işletmenin ayakta kalmasına kadar tüm aşamaları içeren çeşitli risk sermayesi uygulamaları bulunmaktadır. Bu anlamda, risk sermayesi türleri, işletmelerin yaşam döngüleriyle ilişkilendirilerek aşağıdaki şekilde ele alınabilir.

Erken Dönem Risk Sermayesi

Çekirdek Sermayesi (Seed capital): Bu aşamadaki finanslama türüne fikir aşaması finansmanı, Ar-Ge finansmanı, proje finansmanı, tohum ekme aşaması da denilmektedir. Girişimci bu aşamada bir fikir geliştirmiştir fakat buradaki fikir ne teknik olarak ne de ticari olarak henüz bir biçim alamamıştır (Aypek, 1998:33). Fikir aşaması finansmanı en riskli yatırım biçimidir. Çünkü proje henüz fikir aşamasındadır ve bu projenin uygulanabilir olup olmadığı, maliyeti, başarılı olma olasılığı henüz belli değildir. Yani bu aşamada, finanse edilen bir işletme değil, düşünce aşamasında olan bir teknoloji ya da girişimcidir (Kaya, 2001:15). Başlangıç aşamasından 2-3 yıl önce yatırım başlar ve sonucu ortalama 7-10 yıl arası alınır. Bu yüzden oldukça sabır isteyen bir yatırım türüdür (İpekten, 2006:394).

Başlangıç Sermayesi (Start-up capital): Risk sermayesi faaliyetlerinin esası sayılmaktadır. Oluşan fikirlerin projelene, hayata geçirilme ve denenme aşamasıdır. Oluşturulan iş planı titizlikle incelenir ve bu aşamada

girişimci işletmeye, ihtiyaç olan finansman karşılığında ortak alınmaktadır (Çoban ve Saban, 2006:134).

Erken Aşama Sermayesi (Early development): Bu aşamada, ürün geliştirme aşamasını tamamlamış firmalara, bu ürünleri üretip satabilmeleri için gerekli duydukları finansman sağlanmaktadır (Kaya, 2001:15).

Gelişme Dönemi Risk Sermayesi

Geçit Finansmanı: Bu aşamaya, ikinci aşama finansmanı da denilmektedir. Erken aşamada elde edilen sermayeyi, ihtiyaç duyulması sebebiyle tüketmiş olan ve faaliyetlerinin devamlılığı için gerekli olan ek sermayeyi karşılayabilmesi adına girişimcinin finanse edildiği aşamadır.

Büyüme ve Gelişme Finansmanı (Expansion capital): Bu aşamada işletme, kuruluş sıkıntısını atlattı ve belli bir büyüklüğe ulaşmıştır. İşletmenin mevcut bir ürünü vardır ama bu ürünün pazar payları ve satışları konusunda sıkıntıları vardır. İşletmenin rekabeti sağlayacak fonların yanında birtakım yönetsel desteklere de ihtiyacı vardır. Bu da risk sermayesi finansmanı ile mümkün olmaktadır. (Aypek, 1998:34; Çoban ve Saban, 2006:134).

Geç Aşama Dönemi Risk Sermayesi

Köprü Finansmanı (Bridge financing): Bu aşama işletmenin olgunluğa eriştiği son aşamalarındandır. İşletme burada elde ettiği fonları genellikle birleşme, devralma veya halka arz gibi faaliyetleri desteklemek için kullanır (gouchevlaw.com/ 2020). Köprü ya da destek finansmanı, işletmenin 6 ay ile 1 yıl içerisinde halka açılmayı düşündüğü dönemde, halka arz olana dek faaliyetlerini yürütebilmesini sağlayacak fonları bu işletmeye aktarır (İpekten, 2006:395).

Şirket Kurtarma Finansmanı: Çeşitli nedenlerden dolayı düşüşe geçen işletmeler bu düşüşü durdurmak için birtakım planlar yaparlar ve bu planları destekleyecek fonlara ihtiyaç duyarlar. Bu şekilde işletme kurtarılmaya çalışılır. Ancak bu finansman türü, bu konuda risk sermayedarlarının daha fazla sorumluluk üstlenmesi sebebiyle sermayedarlar tarafından çok fazla tercih edilmemektedir (Aydemir, 2005:28).

Satın Alma Destek Finansmanı: Bu aşamada, satılacak işletmeleri almak isteyen ancak sermayesi yetersiz olan girişimcilerin desteklenmesi söz konusudur. Bu finansman türünün en belirgin özelliği, satılan işletmenin yaptığı işi iyi bilen bireylerin satın alması durumunda finansman desteği sağlanmasıdır (Aypek, 1998:36). Satın alma finansmanının diğer şekilleri; şirketin kendi yöneticilerince satın alınması (Management Buy-Out/MBO),

şirketin başka şirket yöneticilerince satın alınması (Management Buy-In/MBI), MBO ve MBI'nın birleşimi (Buy-In Management Buy-Out), şirketin üçüncü kişilerce satın alınması (Leveraged Buy-Out) olarak ifade edilebilir (Kaya, 2001:16).

Risk Sermayesinin Kurumsal Yapısı

Risk sermayesinin kurumsal olarak ilk örnekleri ABD'de ortaya çıkmıştır ve bu yüzden risk sermayesinin işleyişi ve esasları ABD uygulamaları örnek alınarak uygulanmıştır. Kurumsal yapılanma olarak bakıldığında risk sermayesi sektörü; küçük işletme yatırım şirketleri ve özel risk sermayesi şirketleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu iki türün dışında, yatırım ve kalkınma bankaları, danışmanlık yapan finansal kurumlar ve ticari bankalar da risk sermayesi alanında çalışmalar yapsa da tam olarak risk sermayesi şirketi sayılmamaktadırlar (Aypek, 1998:42). Küçük işletme yatırım şirketleri, sadece küçük işletmelere destek olma hakkına sahip şirketlerdir. Bu şirketler yatırım yaptıkları işletmelere borç vermek ya da hisse senedi karşılığında ortak olmak yoluyla destek sağlamaktadır. Bu sağladıkları desteğin yanında danışmanlık yaparak işletmeleri yönlendirebilmektedirler. Küçük İşletme İdaresi (SBA) bu şirketlerin kuruluş izinleri ve denetimleri ile ilgilenen kurumdur (Beşkardeşler, 2010:27). Özel risk sermayesi şirketleri ise "kurumsallaşmış risk sermayesi grupları"dır. Başta aile şirketleri olmak üzere özel risk sermayesi şirketleri; sigorta şirketleri, emeklilik fonları, zengin bireyler ve yabancı sermayedarlar tarafından oluşturulan fonlarla kurulurlar ve risk sermayesinin en geniş kaynağını oluştururlar. Bu şirketlerin büyük çoğunluğu limited şirket olarak örgütlenmekle birlikte ana ortak ve sınırlı ortaklardan oluşmaktadır. Sınırlı ortaklar yatırımcılar olup, ortaklıktaki payları oranında riski yüklenmiş olurlar (Civil, 2008:22). Günümüzde bu sektörün başlangıcını oluşturan aile şirketleri, en deneyimli yatırımcılar arasında bulunmaktadır (Beşkardeşler, 2010:26).

Risk sermayedarları finanse ettikleri işletmelerin yönetiminde, var olan iki kategoriden birinde yer alır. Bunlar, yönetim içinde (Hands On) ya da yönetim dışında (Hands Off) olmaktır. Çoğu zaman risk sermayedarları yönetimde reaktif kalmayı tercih etmektedirler. Yönetim içinde olma yaklaşımında risk sermayedarı, yatırım yaptığı şirketin yönetim kurulunda yer alır ve şirket tarafından kendisine iletilen düzenli bilgilerle yetinmeyip finansman desteği sağladığı işletmenin içinde bizzat bulunur (Civil, 2008:18). Risk sermayedarı geleneksel finansörlerden farklı olarak sadece fon sağlamakla kalmaz, aynı zamanda büyüme potansiyeline sahip girişimci firmalara katma değer desteği sağlama ve onları izleme gibi yoğun yönetim uygulamalarında bulunurlar (Gu et al., 2019:642). Dolayısıyla, bu

durum, risk sermayedarı ile girişimci işletme arasında yakın ve düzenli görüşmeleri sağlar. Dolayısıyla sermayedar, şirketin; teknoloji pazarlama stratejisi, üst düzey yönetimi gibi konularında, çalışan ortak görevini üstlenerek şirkete pozitif katkı sağlar (Tuncel, 2000:45).

Yönetim dışında yaklaşımında ise risk sermayedarı sadece finansman desteği sağlamakta ve girişimci işletmenin yönetimine karışmamaktadır (Civil, 2008:19). Destek sağlanan şirket ortakları ile ilişkiler seyrek ve formal raporlarla sınırlıdır. Reaktif yaklaşımı ise, yönetim içinde ve yönetim dışında olma yaklaşımlarının bir arada uygulanması olarak düşünmek mümkündür. Burada risk sermayedarı önemli konularda söz sahibi olmak koşuluyla gözlemci ve kontrolör gibi hareket edebilir (Tuncel, 2000:45).

Risk Sermayesinin Hukuki Altyapısı

Türkiye’de risk sermayesinin hukuki altyapısının oluşturulmasına yönelik ilk olarak, 28.07.1981 tarih ve 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu’nda, 24.04.1992 tarih ve 3794 sayılı Kanun ile birtakım değişiklikler yapılmış ve risk sermayesi kavramı da bu Kanun ile Türk Hukuku’na girmiştir (Masun, 1995:79). Daha sonra Sermaye Piyasası Kurulu’nun 6 Temmuz 1993 tarih ve 21629 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren, Seri VIII, NO:21 sayılı “Risk Sermayesi Yatırım Ortaklarına İlişkin Esaslar Tebliği” ile risk sermayesi finansmanı Türkiye’de ilk defa yasal bir düzenlemeye kavuşmuştur (Çonkar, 2007:86). Ancak bu düzenlemeye yönelik bazı eleştiriler getirilmiş ve Seri: VIII No:21 sayılı tebliğ, 06.11.1998 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan Seri: VI, No:10 sayılı Tebliğ ile yeni baştan düzenlenmiştir. Daha sonra bu tebliğ de 20.03.2003 tarih ve 25054 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan, Seri: VI, No:15 Sayılı “Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Tebliğ” ile değişikliğe uğramıştır (Atilla, 2006:110).

Takip eden aşağıdaki bölümde, ülkemiz için yeni bir kavram olan ve birçok girişimci tarafından bilinmeyen melek sermaye ve melek yatırımcı kavramları incelenerek melek sermaye finansman yöntemi açıklanacak, sonrasında ise Türkiye’deki yerine ve hukuki yapısına değinilecektir.

2.2. Melek Sermaye, Melek Yatırımcı ve Melek Grupları

Melek sermaye; girişim tecrübesine sahip yatırımcıların, kendi paraları ve söz konusu tecrübeleriyle, henüz ilk evrede yani kuruluş aşamasında olan işletmelerin finansman ihtiyacını karşılamak amacıyla yaptıkları ortaklık yoluyla finansman şeklidir (Uçkun, 2009:124).

Kuruluş aşamasında olan bir işletmenin finansman gereksinimleri, biçimsel olan ve biçimsel olmayan kaynaklardan olmak üzere iki şekilde sağlanır. Biçimsel olan kaynaklar; devlet, bankalar, kredi kuruluşları, risk sermayesi fonları vb denilebilir. Biçimsel olmayan kaynaklar ise; aile, arkadaşlar, kişisel tasarruflar ve melek yatırımcılardan oluşmaktadır (Karabayır, Gülşen, Çifci ve Muzaffar, 2012:70). Ancak yakın çevreden, aile ve arkadaşlardan fon bulmak mümkün olsa da her zaman için iyi bir fikir değildir. Genellikle FFA (Family, Friends, and Associates-yani aile, arkadaş ve ortak) fonlama kaynağının, deneyimli bir yatırımcıdan daha az sofistike ve gerçekçi olmayan beklentileri olabilir. Eğer mümkünse FFA fonları, borç ya da oy hakkı olmayan hisse senedi olarak tercih edilip kullanılabilir. Bu ayırım, profesyonel yatırımcıların sonraki gelişim ve aşamaları için, daha kolay sermaye artırımını yapmalarına yardımcı olacaktır (www.1000ventures.com, 2019).

Aile ve arkadaşlardan fon sağlamanın yanında diğer bir alternatif olan melek sermaye yoluyla fon sağlamanın önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bu işi üstlenen kişiler melek yatırımcılardır. Melek yatırımcılara, iş melekleri de denilmektedir. Girişimcilerin 'melek yatırımcı' olarak nitelendirdiği bu kavram, Türkiye'deki mevzuatta 'Bireysel Katılım Yatırımcısı (BKY)' olarak nitelendirilmiştir (Coşgun, 2013:147). Melek sermaye yoluyla finansman ile girişimcilere, sadece özkaynak sağlanmakla kalmayıp melek yatırımcıların, kazandıkları tecrübelerle danışmanlık hizmeti sunduğu da bilinmelidir. Ayrıca melek yatırımcılar kendisine ihtiyaç duyulması halinde girişimciye bazı önerilerde bulunarak yardımcı olmaya çalışırlar. Bu yüzden melek yatırımcılar girişimcinin, finansman ve diğer ihtiyaçlarını sağlamada önemli bir yere sahiptirler (Uluyol, 2008:44).

Melek yatırımcı kavramı ilk olarak, Broadway'deki gösterilerin devam etmesi için yüksek risk alarak yatırım yapan zengin finansörleri tanımlamak için kullanılmıştır (Branscomb ve Auerswald, 2002:49). Günümüz melekleri, birçok yönden bu meleklerle aynıdır. Varlıklı bireyler ve aileler, beğendikleri insanların teklif ettikleri yüksek riskli işlere yatırım yapmak istemektedir. Melekler aynı zamanda daha yüksek riske sahip çekirdek veya başlangıç sermayesi sağlamak isteyen finansal olarak sofistike özel yatırımcılardır (Bayar, 2012:137). Melek yatırımcı kimdir? sorusuna kısaca cevap verilecek olursa; "başarılı bir girişimci, değer danışmanı, risk sermayesi sahibi ve erken yatırımcılardır" olarak ifade edilebilmektedir (kobimeydan.com.tr, 2019). Tipik bir melek yatırımcının özelliklerini Uçkun (2009); Kazancı 100bin Dolara aşan, 40-60 yaşlarında olan, sahip olduğu malvarlığı 1milyon Dolardan daha fazla olan, önceden başarılı girişimcilik tecrübesi olan, kendilerine yakın bölgelerde yatırım yapmayı tercih eden,

girişimcilere tavsiyelerde bulunmaktan ve yapılan işin bir parçası olmaktan zevk alan, 150bin Doların üzerinde yatırım yapan, bildikleri endüstriye yatırım yapmayı seven, nakit girişine, maddi gelire önem veren, piyasa ve teknolojiyi iyi bilen kişilerdir şeklinde sıralamaktadır. Prive (forbes.com, 2013) bunu destekler şekilde, bir melek yatırımcıyı, kazancı her yıl 200bin Dolar ya da üzerinde olan ve 1milyon Dolar üzerinde net varlığa sahip olan varlıklı bireyler olarak ifade ediyor. Perktaş ve Uçar (2015) ise melek yatırımcıları; 35-65 yaşları arasında olan, proje başına AB’de 25bin-250bin Avro, ABD’de ise 10bin-500bin Dolar aralığında yatırım yapan şirket sahibi iş adamlarından oluşan kişiler olarak ifade etmiştir.

Melek yatırımcıların elinde fon fazlası olmakla birlikte kendileri de girişimcidir. Melek yatırımcıların yatırım kararı alırken finansal olmayan sebeplerden de etkilendiği söylenmektedir. Beklentileri yalnızca kar etmek (Alptekin, 2013:3), girişim sürecinde rol almak, katma değer yaratmak ya da aktardıkları finansmanın getirisini sağlamak değil, bunların yanında manevi tatmin beklentisi içinde olmaktır (Uluyol, 2008:52). Bu duruma örnek olarak, bazı melek yatırımcıların bazen tedavisi mümkün olmayan bir hastalıktan dolayı yakınlarını kaybeden çok zengin kişiler oldukları ve bu hastalıkların önlenmesine destek için biyo-teknoloji firmalarına yatırım yaptıkları belirtilmektedir (Karabayır vd., 2012:73).

İş melekleri, bireysel olarak yatırımlar yapmaktan ziyade diğer meleklerin yanı sıra organize olmuş ve yönetilen melek gruplarının bir parçası olarak daha fazla yatırım yapmaktadırlar. Bu gruplar, anlaşmalara erişmek, pazarlıkları incelemek, titizlikle çalışmak, pazarlık etmek ve yatırım yapmak gibi rutin işlemlerde ve operasyonlarda profesyonelce yönetilirler. Çoğu yatırım sürecini yönetebilmek için online platformları kullanmaktadır. Bazı gruplar yönetici liderliğinde yönetilirken diğerleri üye tarafından yönetilebilmektedir. Bu birey genellikle “bekçi” olarak adlandırılmaktadır. Bunların kilit rolleri, yatırım fırsatlarının ilk taramasını üstlenmek ve yatırımcı taahhütlerini yönetmektir (Mason et al., 2019:177).

Gruplar sınırlı sayıda, genellikle 20-75 üyeden (ancak bazılarının 100’den fazla üyesi olmaktadır) ve seçmeli olarak oluşturulacak melek üyeliğine sahiptir. Gruplar bazında çeşitli örgütsel modeller mevcuttur. Yaygın bir model olan “akşam yemeği kulübü modelinde” üyeler, grubun yönetim ekibi tarafından önceden taranan girişimcilerin görüşmelerini dinlemek için düzenli olarak toplanmaktadır. Bir diğer melek grubu modeli ise; “bekçi” ile birlikte merkezi karar alma işlevini sağlayan ve grubun yatırımlarını yönlendiren sıkı bir iç yatırımcı çemberinden ve bu öncü yatırımcılarla birlikte yatırım yapma fırsatı verilen daha büyük bir yarı-pasif yatırımcı halkasından oluşan “çekirdek-çevre modelidir”. Diğer bir model

ise üyelerin, bir yatırımda lider rol oynayan deneyimli bir meleğin etrafında birleştirilmesini içeren modeldir. 1995 yılında Silikon Vadisinde kurulan melekler grubu, genellikle organize olmuş ilk melek grubu olarak bilinmektedir. Sonrasında ise bu melek grubunu; Tech Coast Angels (1997), Sierra Angels (1997), Common Angels (1997) ve The Dinner Club (1999) gibi melek grupları takip etmiştir (Mason et al., 2019:178,179).

Kuzey Amerika'da melek yatırımcılardan oluşan bir topluluk olan ACA (Angel Capital Assosiation- Melek Sermaye Birliği) 2019 yılında veri tabanında 400'den fazla melek grubuna sahiptir. Amerika'da mevcut en iyi tahmine göre son iki yılda yaklaşık 300.000 kişinin bir melek yatırımı yaptığı ifade edilmektedir (ACA, angelcapitalassociation.org, 2019). Avrupa'da melek pazarında da benzer bir genişleme yaşanmaktadır. Mevcut durumda İngiltere İş Melekleri Birliği'nin (UKBAA) 49 melek üyesi bulunmaktadır. (Mason et al., 2019:179).

Dünya'da ve Türkiye'de Melek Sermaye ve Melek Yatırımcılar

Yukarıdaki bölümde bahsedildiği üzere melek sermaye Türkiye'de yeni bir kavram olmasına karşın ABD'de köklü bir geçmişe sahiptir. İlk kez 1970'li yıllarda ve özellikle Broadway müzikallerine yatırım yapılması şeklinde ortaya çıkmış olup, melek yatırımın pazar büyüklüğü Avrupa'da 5,7 milyar Euro'dan fazla, ABD ve Kanada'da 20 milyar USD'den fazla gerçekleşmiştir. Dünya'nın 'erken aşama yatırım' pazarının toplam büyüklüğünün de 2020 yılında 50 milyar Doları aşması beklenmektedir (melekyatirimcilardernegi.org/ 2017).

Melek yatırımı anlaşmalarının çoğu özeldir ve taraflar arasında mahrem tutulabilmektedir. Anlaşmalar bireysel olarak küçük boyuttadır ve istatistiksel raporlarda kolayca görünmeyebilmektedir. Bu anlamda, kendini gizleyen yatırımcı melekler tarafından sağlanan yatırım düzeyinin takibi de oldukça zordur. New Hampshire Üniversitesi'nden Jeff Sohl ise, ABD'de tahminlerin, yaklaşık 250.000 meleğin her yıl 30.000'den fazla girişime yaklaşık 10-20 milyar Dolar yatırım yaptığını ki bunun da girişim başına ortalama 330.000-660.000 USD arasında değişen anlaşmalara tekabül ettiğini belirtmiştir (Branscomb ve Auerswald, 2002:69).

Bugün, özellikle bilgi iletişim teknolojileri alanında faaliyet gösteren *Facebook, Yahoo, Apple, Google ve Linked-In* gibi birçok dev şirketin başlangıçta melek sermaye yatırımından faydalandığı bilinmektedir (Dayıoğlu, 2013). Avrupa'da EBAN, (Avrupa Melek Yatırım Ağı) dünyada ise WBAA (Dünya Melek Yatırımcılar Birliği) bulunmaktadır. Türkiye melek sermaye ve melek yatırımcılık konusunda henüz yolun başındadır ve zaman geçtikçe gelişme göstermektedir. Gittigidiyor.com, Sahibinden.com, Yemeksepeti.com,

Kariyer.net, Grupfoni.com melek yatırımcıların ilgisini çeken ve daha sonradan ortak oldukları girişimler olmuştur. Türkiye’de bu konuda kurulan TBAA (Melek Yatırımcılar Derneği) mevcuttur. Melek yatırımcılar Amerika ve Avrupa Birliği’nin önde gelen ülkelerinde bir araya gelerek melek yatırımcı ağlarını oluşturmaktadır. Oluşturulan bu ağlar üzerinden girişimcilerin finansmana ulaşmaları çok daha kolay olmaktadır (Kantar, 2008:114). Türkiye’deki ilk aktif melek yatırımcı ağı, Galata Business Angels’dır. Türkiye genelinde melek yatırımcılarla ilgili bazı kuruluşlar faaliyet göstermektedir. Bunlardan bazıları; LabX Melek Yatırımcı Ağı, Galata Business Angel, Links Angel, Metutech-BAN olarak gösterilebilir (Alptekin, 2013:4,5). Mersin Ticaret ve Sanayi Odası, Türkiye'nin Odalar bünyesinde kurulan ilk ve bölgesel kalkınmayı amaçlayan iş meleği ağı olan MersinBAN’ı 2009 yılında tam olarak faaliyete geçirmiştir (Bayar, 2012:142). Ülkemizde melek sermaye desteğiyle başarılı olmuş bir şirket de Turkcell’dir. 1994 yılında Turkcell projesi ile büyük holdingleri dolaşan Murat Vargı'nın bu fikrine bazı holdinglerin çok sıcak bakmamasına rağmen, Çukurova Grubu'nun patronu Mehmet Emin Karamehmet bu projeden çok etkilenip, GSM sektörüne yatırım yapmaya karar vermiştir. Böylece dünyanın ve Türkiye'nin en büyük teknoloji şirketlerinden biri olan Turkcell ortaya çıkmıştır (Kantar, 2008:115).

Türkiye’de 2019 verileri dikkate alındığında, melek yatırımcılar ve melek ağlarının 41 şirkete toplamda 52,7 milyon dolarlık yatırımları gerçekleşmiştir. Hazine Müsteşarlığı’na akredite olmuş lisanslı melek yatırımcılar ve melek ağlar tarafından yapılan yatırımlar ise 2019 yılında 15 milyon TL civarında gerçekleşmiştir (www.ekonomist.com.tr/ 2020).

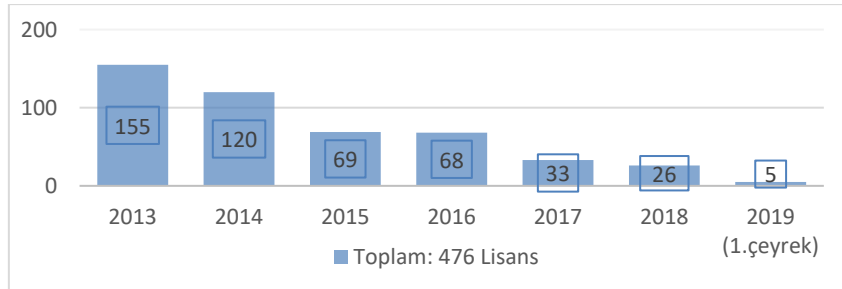
Türkiye’de Melek Finansmanın Hukuki Yapısı

Türkiye’de melek yatırımcılığının yasal zemini 2011 yılının Temmuz ayında Hazine Müsteşarlığı tarafından bir yönetmelik taslağının yayımlanması ile oluşmuştur. Taslağın yayınlandığı tarihten sonra, 15 Şubat 2013 tarihli 28560 Sayılı Resmi Gazete’de "Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik" 31 Aralık 2017 tarihine kadar geçerli olacak şekilde yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Ayrıca Yönetmelik’in yürürlük süresinin 2022 yılına kadar Bakanlar Kurulu tarafından uzatılabileceği hüküm altına alınmıştır (Dayıoğlu, 2013). Bu yönetmelikte geçen tanımlamalardan bazıları şunlardır (Resmi Gazete, 2013): Bireysel Katılım Yatırımcısı (BKY): Tecrübe ve bilgi birikimini erken aşama veya gelişim aşamasındaki işletmelere aktaran gerçek kişileri, Bireysel Katılım Sermayesi (BKS): Bireysel Katılım Yatırımcısı’nın işletmelere aktardığı sermayeyi (Coşgun, 2013:147), Bireysel Katılım Yatırımcısı Ağı (BKY ağı): Girişimcilerin BKY’ler ile bir araya geldiklerinde oluşturdukları yapıyı, Bireysel Katılım Yatırımcısı Lisansı

(BKY lisansı): Müsteşarlıkça belirlenen kriterleri karşılayan, BKY'lere verilen ve devlet desteğinden yararlanma olanağı sağlayan belgeyi ifade etmektedir.

Türkiye’de BKY Ağı olarak kabul edilen şirketler, 2019 Birinci Çeyrek BKS İlerleme Raporunda: *Bahariye Melek Yatırım, BIC Angel Investments, Bümed Business Angels, Egiad Melekleri, İstanbul Melek Yatırımcı Merkezi, Keiretsu Forum İstanbul, Şirket Ortağım Melek Yatırımcı Ağı, TEB Özel Melek Yatırım Platformu, TRangels Melek Yatırım Ağı, Erban Erciyes Melek Yatırım Ağı* olarak 10 tane belirtilmiştir. Bu ağlar girişimcilere, bir önceki bölümde de belirtildiği üzere 2019 yılında 15 milyon TL civarında yatırım gerçekleştirmişlerdir.

BKY'nin lisans sahibi olabilmesi için gerekli olan koşullar, yönetmelikte; “yüksek gelir veya servete sahip yatırımcılar ya da tecrübeli yatırımcı tanımlarındaki şartlardan birinin sağlanması” olarak belirtilmiştir. BKS İlerleme Raporunda Lisans alanların nitelikleri, %39 servete sahip, %33 tecrübeli ve %28 yüksek gelire sahip olarak dağılım göstermiştir (BKS İlerleme Raporu, 2019:5). BKY Lisansı'nın geçerlilik süresi beş yıldır ve bu süre zarfında, lisans sahibi yatırımcılara bireysel olarak, en fazla yirmi A.Ş.'ye yaptıkları yatırımlar için devlet desteği sağlanmaktadır. Bu sınırı aşan yatırımlar için ise devlet desteği sağlanamamaktadır (Alptekin, 2013:6). Hazine Müsteşarlığı'nın desteği ile son dönemde melek yatırımcıların sayısı artmaya devam etmekte ve gelişmeler BKS İlerleme Raporları ile duyurulmaktadır. 2019 Birinci Çeyrek BKS Raporuna göre, verilen melek yatırımcı lisansı sayıları Grafik 1’de gösterilmiştir.



Grafik 1.

2013-2018 Yılları İtibariyle Verilen Melek Yatırımcı Lisans Sayıları

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı, Birinci Çeyrek BKS İlerleme Raporu, 2019: 3

Grafik 1 incelendiğinde, yıllar itibariyle verilen melek yatırımcı lisans sayılarının günümüze kadar giderek azaldığı, 2019 yılı birinci çeyreğinde 5 kayıt gerçekleştiği görülmektedir. Ancak, lisans verilen melek yatırımcı ya da melek ağı sayısı 2019 birinci çeyrekte toplamda 476 olarak gerçekleşmiştir. BKS İlerleme Raporu'na göre lisanslı melek yatırımcıların

bazı demografik özelliklerine ilişkin değerlendirmeler Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 1.
Lisans Sahibi Melek Yatırımcıların Eğitim Düzeyleri

Eğitim durumu	Kişi sayısı
Doktora	35
Yüksek lisans	212
Lisans	214
Lise	13
İlköğretim	2
Toplam	476

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı, Birinci Çeyrek BKS İlerleme Raporu, 2019: 6

Tablo 1'e göre melek yatırımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde, yoğunluk olarak lisans ve lisansüstü kategorisinde oldukları görülmektedir. Bu anlamda, melek yatırımcıları, eğitim düzeyi yüksek bireyler olarak tanımlayabiliriz.

Tablo 2.
Lisans Sahibi Melek Yatırımcıların Yaş Dağılımları

Yaş aralıkları	Kişi sayısı
20-25	2
25-30	5
30-35	30
35-40	85
40-45	115
45-50	89
50-55	64
55-60	48
60-65	23
65-75	15

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı, Birinci Çeyrek BKS İlerleme Raporu, 2019: 7

Tablo 2'de ise, melek yatırımcıların büyük çoğunluğunun 40-45 yaş arasında oldukları görülmektedir. Ayrıca, melek yatırımcıların yaşının literatürü destekler şekilde 35-40 yaşlarında yoğunlaşmaya başladığı görülmektedir.

Tablo 3.
Lisans Sahibi Melek Yatırımcıların Meslekleri

Meslek Grupları	%
Sosyal bilimler (işletme-ekonomist-uluslararası ilişkiler-avukat)	41
Sayısal-fen bilimler (istatistikçi-mat.-mühendis-mimar-doktor)	48
Diğer	11

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı, Birinci Çeyrek BKS İlerleme Raporu, 2019: 7

III. Türkiye’de Konuyla İlgili Yapılmış Bazı Çalışmalar

Risk sermayesi finansman yönteminin, genel hatlarıyla işleyişinin incelendiği çalışmalar yapılmıştır. Ancak melek sermaye finansman yöntemi konusunun, ülkemizde fazla geçmişi olmaması sebebiyle bugüne kadar yapılan çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Öte yandan, bu çalışmada yapılması amaçlanan, risk sermayesi ve melek sermaye finansman yöntemlerini karşılaştıran çalışmalar da sayıca az kalmıştır. Bu bölümde, Türkçe literatürde, risk sermayesi ve melek sermayenin birlikte ele alındığı bazı makale çalışmaları ve sonuçları incelenecektir.

Uluyol (2008) çalışmasında öncelikle ülkemizde yeni bir kavram olan melek finansman modelinin açıklamasını yapmış ve daha sonra risk sermayesi de dahil olmak üzere benzer finansman yöntemleriyle karşılaştırılmasını yapmıştır. Sonrasında ise girişimcilikte finansman sorunlarının çözümünde melek finansman modelinin alternatif olabileceği araştırılmıştır. Çalışmanın sonunda, melek finansmanın kaynak olarak kullanılması gerektiği, böylece hem girişimciliğin hem de ülke ekonomisinin gelişmesi yönünde ivme kazanılabileceği yönünde görüşe varılmıştır.

Uçkun (2009), KOBİ’lerin en önemli sorunlarından biri olan finansal kaynak ihtiyacına, melek sermayenin çözüm olup olmayacağını araştırmıştır. Ayrıca çalışmanın içeriğinde risk sermayesi yatırımları ve melek sermaye yatırımlarının karşılaştırılması da yapılmıştır. İncelemenin sonucunda, melek sermayenin KOBİ’lerin finansal problemlerine çare olabileceği anlaşılmış ve topluma, ekonomiye, teknolojiye büyük oranda canlılık kazandıracağı kanısına varılmıştır.

Günay ve Başalp (2011) çalışmalarında; girişimciler, melek yatırımcılar ve risk sermayesi firmaları arasında kurulabilecek bir ağ, bu ağın nasıl oluşturulabileceği, teknoparkların bu ağlardaki rolü ve risk sermayesi firmaları ile melek yatırımcıların bu gibi bir ağa katkılarının ne olacağı ve girişimcilerin bu ağları nasıl algıladıkları; Erciyes Teknopark’taki otuz KOBİ yöneticisi ve/veya sahibiyle derinlemesine mülakatlar yapılarak araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise veriler, ulusal çapta kurulacak böyle bir ağa ihtiyaç duyulduğunu ve bu ağın oluşması için teknoparkların, şirketlerin ve üniversitelerin sanal bir ortamda aracılık etmesi gerektiğini ortaya koymuştur.

Karabayır vd. (2012) çalışmalarında, melek yatırımcıların özelliklerini ve yapmış oldukları yatırımların işletmelere sağladığı katkıları incelemiştir. Ayrıca melek yatırımcı kararları ile girişimci odaklılık arasındaki ilişki, derinlemesine görüşme yöntemi kullanılarak Türkiye’de yerleşik halde bulunan yedi melek yatırımcı ile yüz yüze görüşmeler

yapılarak araştırılmıştır. Çalışma sonucunda, girişimci odaklılığın boyutları ile melek yatırımcıların kararları arasında güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiş ayrıca melek yatırımcıların işletmelere, sermaye yatırımı dışında önemli olan; yönetim, finansman ve pazarlama gibi kararlarda rol oynadıkları görülmüştür.

Bayar (2012) çalışmasında, risk sermayesi ve melek finansmanın gelişimi ile bu iki tekniğin Türkiye'deki mevcut durumunu ortaya koymuştur. İncelemenin sonucunda ise Türkiye'de çeşitli teşvik ve vergi avantajlarıyla risk sermayesi ve melek finansmanın hacminin artırıldığı kanaatine ulaşmıştır.

Melek sermaye yöntemi, kendisine nazaran daha köklü bir yöntem olan risk sermayesiyle işleyiş açısından sıkça karıştırılmaktadır. Bu iki yöntem arasındaki benzerliklerin ve farkların incelendiği çalışmalar ise kısıtlı olsa da yukarıda ifade edildiği gibi mevcuttur. Genel olarak elde edilen sonuç ise, bu iki yöntem arasında taraflar ve işleyiş açısından belirgin farklılıkların olduğudur. Çalışmanın devamındaki bölümde, yukarıdaki bölümlerde genel hatlarıyla incelenen risk sermayesi ve melek sermaye finansman yöntemleri arasındaki farklar ve benzerlikler ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

IV. Risk Sermayesi ve Melek Sermaye Arasındaki Farklar ve Benzerlikler

Çalışmanın genelinde de bahsedildiği üzere, girişimci işletmeler zaman zaman finansal sorunlar ile karşılaşabilmekte ve alternatif finansman kaynaklarına yönelebilmektedirler. Tercih edilen alternatif finansman kaynaklarından ikisi olan, risk sermayesi ve melek sermaye yöntemleri, mevcut durumları ve gelişimleri ile birlikte yukarıdaki bölümlerde açıklanmıştır. Bu iki yöntem içerik olarak birbirine çok yakındır ve sıklıkla karıştırılmaktadır. Ancak bu iki finansman yöntemi arasında olan benzerlikler yanında bazı ince çizgiler de vardır.

Risk sermayesi ile melek sermaye arasındaki benzerliğe değinilecek olursa; tanımlarından da anlaşılacağı gibi, dinamik, iyi bir iş fikrine sahip ancak fikrini hayata geçirecek yeterli finansmanı olmayan girişimcilere, belirli bir pay karşılığında risk sermayesi ve melek sermaye tarafından finansal destek sağlanır. Bu destekler iki finansman yönteminde ortak seçenek olan, öz kaynak ve benzeri yatırımlar şeklinde de yapılabilir (Akkaya ve İçerli, 2001:63). Bunun yanında iki yöntem, yatırımlarda kullanılan fonun büyüklüğü ve kaynağı, yatırım sonrası üstlenilen roller, yatırım araçları, yatırım yapılan aşama gibi konularda farklılıklar göstermektedir (Bayar, 2012:137).

- Melek yatırımcılar genellikle başlangıç veya çekirdek evresindeki çok olgunlaşmamış girişimciler için finansman sağlamayı tercih ederken risk sermayedarları, girişim gelişiminin geç aşamalarında olan işletmelerin, iş ve faaliyetlerinin genişlemesi için anlaşmalar yapmayı üstlenmektedir (McKaskill, 2009:3).
- Melek yatırımcılar erken aşamadaki firmaların finansmanına genellikle toplam varlıklarının %30'undan azını, risk sermayedarı ise önceden destek sağladığı girişimin erken aşamasından en son aşamasına kadar olan süreçteki yatırımı için, portföylerinin %70'i oranında finansman sağlayabilmektedir. Bu anlamda bir diğer fark da, risk sermayedarının ileriki aşamada olan girişimciye bir kereden fazla destek sağlayabilmesi; melek yatırımcının ise erken aşama evresinde girişimciye ilk kez finansman sağlıyor olması ve yapılan yatırım ile birlikte girişimcinin büyümesini arzu etmesidir (Düzce, 2007:111).
- Risk sermayedarı, tahsis etmek istediği fonlar için en uygun yatırım fırsatını aramakta bu yüzden daha profesyonel yatırımcı olarak görülmektedir. Melek yatırımcı daha çok amatör bir ruha sahip olmakta ve şahsı adına uygun olacak yatırım fırsatları aramaktadır (Kantar, 2008:116).
- Öte yandan risk sermayesi, yatırım ortaklığı şeklinde de finansman sağlayabilen tüzel kişilik olabilirken, melek yatırımcılar gerçek kişilerdir ve melek yatırımcı ağı, melek grupları gibi bazı gruplar oluşturarak da faaliyet gösterebilmektedirler (Dayıoğlu, 2013).
- Risk sermayedarlarının yatırım oranları melek yatırımcılara göre daha yüksektir. Yatırım deneyimi açısından ise risk sermayedarı melek yatırımcıya göre daha aktiftir. Ayrıca risk sermayedarının yaptığı yatırım sayısı melek sermaye yatırımlarına kıyasla daha fazladır (Uluyol, 2008:55).
- Melek yatırımcı yatırım sırasında kendi parasını tahsis eder, risk sermayedarı ise kendisine yatırım yapan, bireysel ve kurumsal yatırımcıların paralarını kullanır (Uçkun, 2009:127). Öte yandan, Dayıoğlu (2013), risk sermayesi ile yapılan yatırımların üçüncü kişilerden elde edilen fonların çağrılması esasına dayandığı, melek yatırımcıların ise kendi kaynaklarını yatırım aracı olarak kullanmaları yoluyla destek sağladıklarını ifade etmiştir.
- Risk sermayedarı, işletmeye sağladığı finansman desteğinin yanında stratejik şirket kararlarında söz sahibi olabilmekte ve girişimciye yönetim desteği sağlayabilmektedir (Coşgun, 2013:149). Melek yatırımcı, desteklenen işletmenin yönetimi ve denetiminde yer almaktan çok yatırımda karar alma sürecine katılmaktadır ve girişimciye tecrübeleri oranında eğitim, piyasa ve süreç hakkında destek vermektedir (Uluyol, 2008:56).
- Yatırım yapılan firmada durum tespiti ve yönetimi konusunda kişisel bir rol oynayan çoğu melek yatırımının aksine, risk sermayedarları, yaptıkları

yatırımlarla, yüksek net değerli yatırımcıların risk değerlendirme ve yönetim yükünü bizzat üstlenmek zorunda kalmadan daha yüksek riskli girişimlere katılabileceği bir kanal sağlamaktadır (McKaskill, 2009:13).

- Melek yatırımcılar risk sermayedarlarına göre daha sabırlı ve hoşgörülüdürler. Risk sermayedarı ise yatırımdan beklediği getiri oranına göre ortaklarınca değerlendirileceği için daha sabırsızdır. Bu yüzden risk sermayedarı yatırımdan beklediği getiri oranını melek yatırımcıya göre daha fazla dikkate almakta ve büyük endüstrilere yönelmektedir (Düzce, 2007:111). Uçkun (2009:127) da melek yatırımcının, risk sermayedarına göre daha fazla risk aldığını, getiri anlamında beklentilerinin daha düşük olduğunu ve yatırımın geri dönüşü için sabırlı davranıp uzun süreli beklemeyi göze alabildiğini belirtmektedir.

- Risk sermayedarı özellikle teknoloji tabanlı yatırımları desteklemektedir. Melek yatırımcı ise faaliyetleri ile birebir ilgilenebileceği her türlü yatırımı yapmaktadır (Kantar, 2008:117). Tablo 4'te, risk sermayedarı ve melek yatırımcılar arasındaki farklar özet şekilde ele alınmıştır.

Tablo 4.

Risk Sermayedarı ve Melek Yatırımcı Karşılaştırması

Risk sermayedarı	Melek yatırımcı
Bazen yatırımcılar bazen ise tüzel kişiler olabilmektedir	Finans, danışmanlık vb. ile meşgul olan ya da endüstrinin içinde bulunan kişilerdir
Özellikle teknoloji tabanlı yatırımları destekler	Her türlü yatırımı destekleyebilir (daha çok sağlık, medikal hizmetleri, yazılım, biyo-teknoloji)
Kendisine sağlanan fonlarla yatırım yapar	Kendi parasıyla yatırım yapar
Yatırımda kullanacağı sermaye miktarı fazladır	Yatırımda kullanacağı sermaye miktarı azdır
Yatırım aşaması çekirdek, erken ve ileri evredir ancak ileri evre oranı fazladır	Yatırım aşaması çekirdek ve erken evredir
Yatırım yapılabilir proje, proaktif destek ve sosyal networkler aracılığıyla desteklenir	Yatırım yapılabilir proje, sosyal networkler ve/veya melek grup/networkler aracılığıyla desteklenir
Yatırım sonrasında stratejik denetimlerde bulunur	Yatırım sonrasında aktif, işin içindedir ve yatırımın karar sürecine katılır
Ulusal ve artan biçimde yerel ortaklarla uluslararası yatırımlar yapılabilir	Çoğu yatırımlar yereldir (bazen birkaç saat uzaklıkta)
Yatırımlarını profesyonel ve yüksek getiri amaçlı yapar	Yatırımlarını maceracı ve amatör bir ruhla yüksek getiri beklemeksizin yapar
Önceden girişimcilik deneyimi olmayabilir	Daha önceden girişimcilik deneyimi yaşamış olabilir
Yatırım sayısı ve deneyimi fazladır	Yatırım sayısı ve deneyimi azdır
Daha az risk alır ve beklentileri yüksektir	Daha fazla risk alır ve beklentileri düşüktür

Tablo 4. Devamı

Risk sermayedarı	Melek yatırımcı
Hukuk vb işlemler bazen dışarıdaki firmaların yardımıyla risk sermayesi şirketindeki personel tarafından yapılır. Araştırma ve değerlendirme süreci uzundur	Tecrübelerine dayalı melek yatırımcılar tarafından yapılır Araştırma ve değerlendirme süreci kısadır

Kaynak: Bayar, 2012:138; Kantar, 2008:118; Kendirli vd, 2015:35; Uluyol, 2008:56

Risk Sermayesi ve Melek Sermaye Finansman Yönteminin Girişimciliğin Finansmanı Açısından Değerlendirilmesi

25

V. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde yenilikçi fikirlerini oluşturmuş, projelerini tamamlamış fakat bu projeyi hayata geçirebilecek yeterlilikte sermayesi olmayan çok sayıda girişimci mevcuttur. Yeterli sermaye, çekirdek aşamasındaki girişimcinin ihtiyacı olduğu kadar, işini yeni kurmuş, başlangıç aşamasında yada büyüme evresinde olan çok sayıda işletmenin de vazgeçilmez bir unsurudur. Ancak günümüz ekonomik şartlarında finansman kaynağı bulmak çok kolay değildir. Ülkemizde de finansal sistem büyük ölçüde bankalara dayanmaktadır. Dolayısıyla girişimciler bu hayallerini gerçekleştirebilmek için alışlagelmiş finansman kaynaklarından olan banka kredilerine sıkça başvurmaktadırlar.

Banka kredilerinin getirdiği zorunlu ödemeler ve vade şartları, işe henüz yeni başlamış ya da yeteri kadar sermaye birikimi oluşturamamış girişimcilere, küçük ve orta büyüklükteki işletmelere ağır yükler yüklemektedir. Çoğu işletme, ülkenin ekonomik gidişatı ve projesinde yeteri kadar başarıyı yakalayamamış olmanın etkisiyle ve yolunda gitmeyen işleri nedeniyle vadesi gelmiş kredi ödemelerinin yükü altında ezilebilmektedir. Bu gidişat da zamanla çoğu işletmenin iflasına sebep olmaktadır. Bu anlamda büyüklükleri ve fonksiyonları ne olursa olsun tüm işletmeler ve iş fikirleri olan girişimler, teşviklere, desteklere ve alternatif finansman bulma yöntemlerine ihtiyaç duymaktadır. İşte tam da burada, çıkış noktası ABD olmak üzere tüm dünyada popüler hale gelen alternatif yatırım araçlarından ikisi olan risk sermayesi ve melek sermaye yöntemleri kendini göstermektedir. Bu iki finansman yöntemi; sermaye imkanları kısıtlı olan, ileri teknoloji işletmelere veya henüz fikir aşamasında olan yenilikçi, dinamik ve başarı olasılığı yüksek girişimlere sağlıklı biçimde kaynak tahsisi yapılabilmesi için üzerinde önemle durulması gereken seçeneklerdendir.

Girişimcilerin finansman sağlamak amacıyla, risk sermayesi ve melek sermaye yöntemlerini kullanımlarına ilişkin literatürden elde edilen ikincil veriler incelendiğinde: 2018 Aralık ayında risk sermayesi

yatırımlarının dünya çapında 856 milyar Dolara ulaştığı ve 2022 yılında yapılacak yatırımların değerinin 1 trilyon Dolara ulaşacağı öngörüsü elde edilmiştir. Öte yandan, 2017 melek sermaye verilerine bakıldığında; melek yatırımın pazar büyüklüğünün Avrupa'da 5,7 milyar Euro'dan fazla, ABD ve Kanada'da 20 milyar USD'den fazla gerçekleştiği; Dünya'daki toplam büyüklüğün de 2020 yılında 50 milyar Dolara aşmasının beklendiği görüşlerine ulaşılmıştır. Bu anlamda, söz konusu veriler ışığında girişimcilerin hangi finansman yöntemini daha fazla kullandığı açısından bir kıyaslama yapıldığında, melek sermaye yatırımlarında son zamanlarda hızla büyüme olsa da risk sermayesi yatırımlarının daha fazla gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla, girişimciler tarafından süreç içerisinde en fazla tercih edilen finansman yöntemi risk sermayesi olmuştur.

Kıyaslandığında, risk sermayesi yöntemi dahilinde ülkemizde bazı vergi avantajları ve yasal düzenlemeler yapılmış ve bu anlamda melek sermaye yöntemine göre daha çok tanınmaktadır. Ama yine de sunulan bu avantaj ve düzenlemelere rağmen, ülkemizin yapı taşları olan ve ekonominin neredeyse %99,9'unu oluşturan KOBİ'lerin finansman kaynağına erişmekte sıkıntı çektikleri aşikardır. Literatür incelendiğinde iki finansman yönteminin işleyişine ve hedef kitlesine yönelik farklılıkların olduğu görülmektedir. Dolayısıyla girişimciler, bu iki alternatif finansman yöntemi konusunda bilgilendirilmelidir. Kitle iletişim araçları ve medya aracılığıyla iş melekleri ve melek ağları tanıtılmalıdır. Melek yatırımcı olan iş adamları medya ve çeşitli araçlar aracılığıyla kendini tanıtmalı, geçmiş deneyimlerini ve başarılarını anlatmalı ve girişimcilere ilham olmalıdır. Mevcut ve potansiyel girişimler ile melek yatırımcılar ve melek grupları bir araya getirilmelidir. Bu sayede, umut vadeden fikirlere yapılacak bu yatırımlar, sektörde rakiplerle ve diğer ülkelerle rekabet edilmesinde fayda sağlayacak ve bu hayatta kalma yarışında girişimleri bir adım öne çıkaracaktır.

Bununla birlikte, yeni bir kavram olan melek sermayenin gelişmesi ve yaygınlaşması için kamuoyunun yanında bazı kurum ve kuruluşlara da görevler düşmektedir. Bu konudaki desteklerden biri de Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın melek yatırımcılara sağladığı vergi avantajları ve yatırımcıları faaliyete geçirmek için yapılan mali teşviklerdir. Melek yatırımcıların desteklenmesi amacıyla bu tür teşviklerin yapılması ve gerekli ortamın hazırlanması konusunda kamu kurumlarına da büyük görevler düşmektedir. Ayrıca melek sermaye konusunda yapılan akademik çalışmaların yetersizliği, risk sermayesi ile kimi yönlerinin benzeşmesi dolayısıyla karıştırılmasına ve konu hakkında yeterli bilgi sahibi olunamamasına yol açmaktadır. Bu sebeple melek sermaye konusunda

akademik olarak çok daha fazla araştırmalar yapılmalı ve bu teknik ayrıntılarıyla incelenmelidir. Bunun yanında bazı iletişim ağları oluşturularak daha çok girişimciye ve finansman sıkıntısı çeken işletmelere ulaşılabilmelidir. Böylece girişimcinin sağlayacağı başarının yanında ülke ekonomisi de gelişmiş olacaktır.

**Risk Sermayesi ve
Melek Sermaye
Finansman
Yönteminin
Girişimciliğin
Finansmanı
Açısından
Değerlendirilmesi**

27

KAYNAKÇA

- Akgönül, H. ve Altay, B. (2001). Risk Sermayesi (Venture Capital), *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İİBF. Dergisi*, XVII (1): 455-480.
- Akkaya, G.C. ve İçerli, M. Y. (2001). KOBİ'lerin Finansal Problemlerinin Çözümünde Risk Sermayesi Finansman Modeli, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3): 61-70.
- Alptekin, E. (2013). Sermayesi Olmayan Girişimcilerin Tek Şansı: Melek Yatırımcılar, *İzmir Ticaret Odası, Ar-Ge Bülten*, Şubat-Ekonomi.
- Angel Capital Assosiation (ACA).
https://www.angelcapitalassociation.org/faqs/#What_is_an_angel_investor_
(23.11.2019).
- Atilla, O. (2006). Girişimciliğin Finansmanında Risk Sermayesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydemir, O. (2005). Teknoparklar ve Risk Sermayesi Finansmanı: ODTÜ-Teknokent ve Ankara Cyberpark İşletmelerinde Bir Uygulama, Doktora Tezi, Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
<https://acikerisim.aku.edu.tr/xmlui/handle/11630/2582#sthash.zwDZkLXY.dpbs>
- Aypek, N. (1998). Sermaye Piyasası Aracı Olarak Risk Sermayesi ve Türk Sermaye Piyasalarında Uygulanabilirliği, Ankara: KOSGEB Yayını.
- Bayar, Y. (2012). Girişimcilik Finansmanında Risk Sermayesi ve Melek Finansmanı, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (Journal of Entrepreneurship and Development)*, (7:2), 133-144.
- Beşkardeşler, H. (2010). Türkiye'de ve Dünyada Risk Sermayesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bloomberg Ht, (2019). Küresel Risk Sermayesi 1 Trilyon Dolara Koşuyor, <https://www.bloomberght.com/kuresel-risk-sermayesi-1-trilyon-dolara-kosuyor-2234113>, (10.04.2020).
- Branscomb, L. M. ve Auerswald, P. E. (2002), *Between Invention and Innovation: An Analysis of Funding for Early-Stage Technology Development*, Prepared for Economic Assessment Office, Advanced Technology Program, National Institute of Standards and Technology.

Risk Sermayesi ve Melek Sermaye Finansman Yönteminin Girişimciliğin Finansmanı Açısından Değerlendirilmesi

28

- Can, A. N. (2012). Girişim Sermayesi ve KOBİ'lerde Uygulanabilirliği, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cendrowski, H., Petro, L. W., Martin, J. P. ve Wadecki, A. A. (2012). Private Equity: History, Governance and Operations. Second Edition, Wiley Finance: John Wiley & Sons, Inc.
- Ceylan, A. (2002). Finansal Teknikler. 4.Baskı. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Civil, B. (2008). KOBİ'lerin Finansal Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesi Finansman Modeli ve Trabzon İlinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Coşgun, O. (2013). Yeni Bir Finansal Araç: Bireysel Katılım Sermayesi, *Mali Çözüm Dergisi*.
- Çoban, M. ve Saban, M. (2006). Türkiye'de Risk Sermayesi Uygulaması ve Sorunları, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (31): 131-140.
- Çonkar, M. K. (1995). Risk Sermayesi Finansman Yöntemi-Türkiye İçin Önemi, Başarı Koşulları ve Uygulama İmkanları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, Yayın No: 3, Kayseri.
- Çonkar, M. K. (2007). Risk Sermayesi Finansman Yöntemi, İstanbul Ticaret Odası Yayını.
- Dayıoğlu, Y. (2013). Yatırım Piyasasındaki "Melekler", 12 Kasım 2013. <https://www.gsg hukuk.com/tr/yayinlar/makaleler/yatirim-piyasasindaki-melekler.pdf>. (23.11.2019)
- Düzce, Ç. (2007). Türkiye'de KOBİ'lerin Finansal Sorunları ve Alternatif Finansman İmkanları, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eyüpgiller, S. (1988). Banka ve Mali Kuruluşlar-Bankalar Kanunu, SPK Kanunu, Yargı Yayınları.
- Gouchev Law, What Are the Stages of Venture Capital Financing? <https://gouchevlaw.com/stages-venture-capital-financing/> (10.04.2020).
- Gu, D., Lu, T., Luo, P. ve Zhang, C. (2019). The Impact of Venture Capital Investment on the Performance of Peer-to-Peer Lending Platforms: Evidence from China, *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 48: 640-665. doi:10.1111/ajfs.12276
- Günay, S. G. ve Başalp, A. (2011). Girişimciler, Melek Yatırımcılar ve Risk Sermayesi Firmaları Arasında Kurulacak Bir Ağ, Bu Ağın Yapısı ve Önemi, *Business and Economics Research Journal*, 2(2): 153-164.
- Güngörürler, S. (2005). Dünya Pazarları ile Rekabette Alternatif Bir Finansman ve Yatırım Aracı- Risk Sermayesi. *İzmir Ticaret Odası*, Mart, 1-4.

Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2019). Bireysel Katılım Sermayesi İlerleme Raporu Birinci Çeyrek, <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/05/BKS-%C4%B0LERLEME-RAPORU-1.%C3%87eyrek.pdf> (04.02.2020).

<https://www.kobimeydan.com.tr> (23.11.2019).

İpekten, O. B. (2006). Risk Sermayesi Finansman Modeli, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2): 133-144.

Kantar, E. (2008). KOBİ'ler ve Girişimciler İçin Alternatif Sermaye ve Fon Kaynakları: Girişim Sermayesi ve Melek Yatırımcı (Deri Sektöründe Bir Uygulama), Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.

Karabayır, M. E., Gülşen, A. Z., Çiftci, S. ve Muzaffar, H. (2012). Melek Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Girişimci Odaklılığın Rolü: Türkiye'deki Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Çalışma, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 67(2): 69-93.

Kaya, A. (2001). Dünyada ve Türkiye'de Risk Sermayesi. Ankara. <https://www.spk.gov.tr/SiteApps/Yayin/YayinGoster/437> (10.04.2020).

Kendirli, S., Akgün, Z. ve Yardımcıoğlu, M. (2015). New Actors of Venture Ecosystem: Angel Investor, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, (1): 30-45.

Kuğu, T. G. (2005). Girişimcilik Finansmanında Risk Sermayesi ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Öneriler, Yüksek Lisans Tezi, Manisa: Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Mason, C., Botelho, T. ve Harrison, R. (2019). The Changing Nature of Angel Investing: Some Research Implications, *Venture Capital*, 21(2-3): 177-194. doi:10.1080/13691066.2019.1612921.

Masun, M. A. (1995). Bir Finansman Yöntemi Olarak Risk Sermayesi, Türkiye Uygulaması, Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

McKaskill, T. (2009). Raising Angel & Venture Capital Finance-An Entrepreneur's Guide to Securing Venture Finance, ISBN: 978-0-9806458-4-2.

Perktaş, E. ve Uçar, M. (2015). Girişimcilik ve Girişimin Finansmanında Melek Yatırımcı ve Uygulama Alanları, *Route Educational and Social Science Journal*, 2(1) 90-102.

Private Investors (Business Angels) and How to Reach Them http://www.1000ventures.com/venture_financing/ba_how2reach_byvpa.html (23.11.2019).

Prive, T. (2013). Angel Investors: How The Rich Invest, <https://www.forbes.com/sites/tanyaprive/2013/03/12/angels-investors-how-the-rich-invest/#1dce6a9f3297>, (10.04.2020).

İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), 2020; 8(1): 1-33. DOI: 10.22139/jobs.685201

- Risk Sermayesi ve Melek Sermaye Finansman Yönteminin Girişimciliğin Finansmanı Açısından Değerlendirilmesi**
- Resmi Gazete, 15 Şubat 2013 Cuma tarihli 28560 Sayılı Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/02/20130215-2.htm> (23.11.2019).
- T.C. Başbakanlık Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), (2016). Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıkları. <https://www.spk.gov.tr/Sayfa/Dosya/71> (09.04.2020).
- Tuncel, K. (2000). Risk Sermayesi Finansman Modeli-Dünya Uygulamalarının Analizi ve Türkiye İçin Özgün Bir Model Önerisi, Ekim 2. Baskı. Sermaye Piyasası Kurulu: Ankara.
- Uçkun, N. (2009). KOBİ'lerin Finansal Sorunlarına Melek Sermaye Çare Olabilir Mi?, *Muhasebe Finansman Dergisi*, (41): 121-131.
- Uluyol, O. (2008). Girişimcilikte Alternatif Bir Finansman Modeli Olarak Melek Finansman Yöntemi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2): 43-68.
- World Business Angels Investment Forum (2017). <https://melekyatirimcilarderneği.org/2016/12/11/world-business-angels-investment-forum-2017/> (10.04.2020).
- Yeniova Saylak, G. (2020). Meleklerin 2020 Planları, *Ekonomist Dergisi*, <https://www.ekonomist.com.tr/kapak-konusu/meleklerin-2020-planlari.html> (10.04.2020).

EVALUATION OF RISK CAPITAL AND ANGEL CAPITAL FINANCING METHOD IN TERMS OF ENTREPRENEURSHIP FINANCING

**Risk Sermayesi ve
Melek Sermaye
Finansman
Yönteminin
Girişimciliğin
Finansmanı
Açısından
Değerlendirilmesi**

EXTENDED ABSTRACT

Today, most entrepreneurs need sufficient capital both in the project's idea phase and in the organization, as well as in the expansion and growth stages. Enterprises known as the early stage, which are in the seed and beginning stages, have a higher need for capital than those in the growth- development stages. Because there are many entrepreneur candidates who have a brilliant business idea and want to realize but cannot provide the necessary financing. The entrepreneur candidates at this stage, due to the inadequacy of their equity and their inability to operate yet; It is obvious that it is not rational for them to benefit from bank loans or financing opportunities through various borrowings. Also, at this early stage, entrepreneurs need to be supported with management experience that will ensure continuity in the sector as well as the funding they should have at the beginning.

At this point, the venture capital, which is an alternative method, which is successfully implemented in developed countries and adapted to our country by establishing its legal framework, can be used. It is known that the starting point of venture capital was the USA in 1946 and spread in other European and Asian countries in the 1980s. Venture capital; It is a method that has created innovative ideas, inventions and projects, but does not have sufficient capital, provides financing support to entrepreneurs, small and medium-sized enterprises (SMEs) who are at the stage of investment, seed, beginning and mostly advanced. In addition to the equity flow they provide, this method, which equips the entrepreneur in administrative and technical terms, can take the country one step further in the competitive environment if it is applied successfully.

In this framework, another alternative method that can provide entrepreneurs with the necessary financial and managerial support is angel capital. Angel capital financing method, which does not have a lot of history in our country and is on the way of development; again, it is a method of supporting entrepreneurs who have high potential for success and do not have sufficient capital. As in venture capital, in angel capital method, success and technology focus stand out in new ideas. The angel investor, trains the

entrepreneur with management experience as well as financing support and makes suggestions to the entrepreneurs about the future. Because, the qualification of the investor as an angel is due to the fact that he goes beyond the administrative support he gives to the entrepreneur and establish intimate relations.

Angel capital, which is a newer method compared to venture capital, is a method supported by the Ministry of Treasury and Finance in our country since 2013. These two methods are very close in content and are often confused. However, there are some distinctions as well as similarities between these financing methods. The purpose of this study is to examine these financing methods in terms of concept and operation. Also, what method is used more by entrepreneurs in the world and Turkey, or making assessments in terms of accessibility, it is to reveal the differences and similarities of the methods.

In this study, secondary data, regulations and related literature were used as a method. In addition, there are included of entrepreneurs and business examples who can benefit from these financing methods, which have been successful in the World.

The two methods differ in subjects such as the size and source of the fund used in investments, the subject of investment, the roles undertaken after the investment, the instruments of investment, the stage of investment. This two financing methods differ in subjects such as the size and source of the fund used in investments, the subject of investment, the roles undertaken after the investment, the instruments of investment, the stage of investment. If it is stated briefly; In the venture capital method, especially when it comes to supporting technology-based investments, investing with the funds provided to the capitalist and having high expectations by taking less risk, the investment phase is the core, early and mostly advanced stage, in angel financing all kinds of investments such as healthcare, medical services, software, bio-technology are supported, the investor invests with his own money and keeps his expectations low by taking more risks, and the investment phase becomes the core and early stage.

In addition, according to the secondary data obtained from the literature on the use of venture capital and angel capital methods in order to provide financing for entrepreneurs: In December 2018, it was predicted that venture capital investments were realized as \$ 856 billion worldwide and the value of investments to be made in 2022 will reach \$ 1 trillion. On the other hand, when looking at the angel capital data of 2017; the market size of angel investment is more than 5.7 billion Euros in Europe and more than 20 billion

USD in USA and Canada; Opinions have been reached that the total size of the world is expected to exceed 50 billion dollars in 2020. In this sense, when a comparison is made in terms of which financing method entrepreneurs use more in the light of the said data; Although angel capital investments have been growing rapidly lately, it is observed that venture capital investments have been realized more. Therefore, the most preferred method of financing by entrepreneurs in the process was venture capital.

As a result, the venture capital method is better known than the angel capital method due to its deep-rooted history. Therefore, entrepreneurs should be informed especially about angel capital method and brought together with existing and potential investors. angel networks should be promoted through mass media. angel investors should introduce explain their past experiences and achievements and inspire entrepreneurs. In addition, public institutions have duties to provide incentives in order to support angel investors in our country. In this way, these investments in promising ideas will benefit in competing with competitors and other countries and will take initiatives one step further in this survival race.

Keywords: Angel Capital, Angel Financing, Venture Capital, Alternative Financing, Entrepreneurship.

**Risk Sermayesi ve
Melek Sermaye
Finansman
Yönteminin
Girişimciliğin
Finansmanı
Açısından
Değerlendirilmesi**

DOLAR HEGEMONYASI VE KRİPTO PARA MÜHENDİSLİĞİ ÜZERİNE TEKNOLOJİK RİSK ANALİZİ

*Dr. Ahmet EFE**

CISA, CRISC, PMP, İç Denetçi, Ankara Kalkınma Ajansı,

icsiacag@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-2691-7517

Dolar
Hegemonyası ve
Kripto Para
Mühendisliği
Üzerine
Teknolojik Risk
Analizi

35

ÖZ

Amaç: Bu çalışmadaki amacımız, ABD Dolar senyorajının ne boyutta oluşunu tespit etmek ve bunun kripto paraların yükselişiyle etkilenip etkilenmeyeceğini anlamaya çalışmaktır.

Yöntem: Bu çoklu disiplinler çalışmamızda, henüz yaygınlaşmamış olmakla birlikte özellikle dijital/kripto para mekanizmasının ABD Dolarının küresel ölçekte hegemonyasını sarsabilecek bir potansiyelde olup olmaması noktasında hegemonya, paradigma, senyoraj ve parasal miktar kuramları çerçevesinde çoklu analiz yapılmaktadır.

Bulgular: ABD Doları, diğer uluslar tarafından rezerv para, değişim aracı ve değer ölçümü olarak kullanıldığından günümüzde sadece ulusal senyoraj değil, aynı zamanda küresel senyoraj aracı olarak da rakipsiz bir avantaj sağlamaktadır. Bu sayede diğer ulusların rekabet edemeyeceği bir üstünlük elde etmiştir. Türk Lirası (TL) örneğinde görüldüğü gibi pek çok gelişmekte olan ülke paralarının değer kaybından dolayı sıkıntılar yaşamaktadır. Elle tutulur ortamdan e-devlet/MIS dijital alanına kayan devletin parası da aynı eğilim ve metotla sanal ve kripto ortama taşınmak zorundadır. Özellikle Korona Virüs salgını sonrasında kağıt paraların da enfeksiyon bulaştırma riski ön plana çıktığından Dijital Dolar için ABD Senatosunda yasa önerilerinin tartışılıyor olması bu hususta gerekli alt yapının hızlı bir şekilde hazırlanacağı anlaşılmaktadır. Hatta saygın bilim otoriteleri ve politikacılar tarafından Korona Virüsün Endüstri 4.0 için ortam oluşturmak maksadıyla yapay olarak geliştirilmiş olduğu iddialarının/suçlamalarının yanı sıra, pek çok gelişmiş ülkede insanlara mikro chip takılması ve kripto paralara geçilmesi ciddi bir gündem haline gelmiştir.

Sonuç: Kripto para mühendisliğinde kullanılan blokzinciri teknolojisi, ulus paralara rakip olabilecek Bitcoin denilen çeşitli elektronik para uygulamaları ile birlikte aynı zamanda bir belgenin veya varlığın ispatlanmasında da kullanılmaya başlanmıştır. Kripto paraların ülkelerin rezerv para uygulamalarını ve ABD'nin Dolar Senyorajını bozacak potansiyelde olabileceği sunucuna varılmıştır. Ancak, Feral Reserv Merkez Bankasının Dijital Dolar için gerekli alt yapıyı hazırlamış olduğuyla ilgili

* Dr., CISA, CRISC, PMP, İç Denetçi, Ankara Kalkınma Ajansı, icsiacag@gmail.com

haberler dikkate alındığında Dolar kullanımının ve bundan kaynaklanan senyorajın devam ettirilme ihtimalinin de güçlü olduğu söylenebilir.

Anahtar kelimeler: Blok Zinciri Teknolojisi, Kripto Para Mühendisliği, Dolar Hegemonyası, Teknoloji Yeniliği, e-Devlet, YBS

TECHNOLOGICAL RISK ANALYSIS ON CRYPTO CURRENCY ENGINEERING AND DOLLAR HEGEMONY

ABSTRACT

Aim: The aim of this study is to approximate the size of the US Dollar seigniorage and to assess whether this will be affected by the rise of crypto currencies.

Method: In this multidisciplinary work, we analyze, particularly as yet unfamiliar, whether the digital/crypto money mechanism is potentially capable of undermining the hegemony of the US dollar in global terms at the conjecture of manifold concepts such as hegemony, paradigm crisis, general seigniorage and Gresham money theories.

Findings: Today, the US dollar is providing an unequal advantage by its pervasive usage not only for national seigniorage but also for the use of reserve money, exchange instruments and value by other nations using global seigniorage. National currency of many developing countries such as Turkish Lira (TL) are suffering for continuous devaluation. That is why US government has acquired a paramount advantage that any other country cannot cope with. The national currencies in the manual environment also have to move to digital/crypto-centric e-government/MIS trends and methods in the same way. Particularly after the COVID19 pandemic, due to the risk of infection from paper money, there has been discussion over Bill of House in the US senate for the legislative structure that ease the usage of Digital Dollar. In addition to the claims/accusations made by reputable scientific authorities and politicians in many developed countries that COVID-19 has been artificially developed to create an environment for Industry 4.0 applications, to install microchips to people and increase the use of crypto currencies.

Result: Blockchain technology based on crypto currency engineering is being used to prove the existence of an asset or a document at the same time with various electronic money applications called Bitcoin, which paves a new way that challenges national currencies under US Dollar seigniorage. It has been concluded that the crypto currencies have the potential to disrupt the countries' reserve money practices and the hegemony of US Dollar. However, considering the news that the FED Central Bank has prepared the necessary infrastructure for the Digital Dollar, it is possible to say that the probability of continuing the seigniorage caused by the use of the US dollar globally is also strong.

Keywords: Blockchain technology, Crypto Currency Engineering, Dollar Hegemony, Innovative Technology, e-Government, MIS

I. GİRİŞ

Sermayenin hegemonik bir sınıf lehine olan yapısal gücü, gelir dağılımının, dünya servetinin % 40'ını elinde tutan %1'lik bir azınlığın lehine olduğu gerçeğine dikkatleri çekmektedir. Neoliberal düzen, alt sınıfları desteklemez, çünkü finans sermayesinin (çoğunlukla hegemonik sınıf tarafından sağlanan) hareketliliği, emekçilerin aklına sığmayacak kadar büyük rantlar elde ederek motive olmaktadır (Gill ve Law, 1993, 109). Bu, kapitalizmin yönünü, büyük ölçüde kendi çıkarları lehine harekete geçiren sermayenin ve onun en güçlü yandaşlarının “*ruh hali*”dir. Bu ruh halini hazırlayan şartlar kuşkusuz teknopolitik paradigma ile neoliberal ekonomik düzenin kaçınılmaz sonuçları olarak kaydedilebilmektedir. Bu da ekonomi biliminin toplumsal ihtiyaçları karşılama noktasındaki başarısını yeniden değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır.

Ekonomik tercihlerin piyasaya yansıtılmasında da davranışların arkasındaki bilinç düzeyi, algılar, inanışlar, sistemsel hegemonya ve kültürel değerler de etkili olduğundan salt açıdan ekonomik fayda veya objektif kullanım/değişim değerleri ile ekonomiyi tam olarak açıklayabilmek olanaklı değildir. Bu nedenle de ekonominin sistematik temelleri, ekonomik adamın tercihleri, algısı, değerleri ve davranışlarını tetikleyen bilişsel etkenler ile birlikte, kapitalizm, yeni sömürgecilik, dolar hegemonyası ve yenilikçi teknolojik çözümler çerçevesinde ekonomik işleyişi değerlendirebilmek büyük önem arz etmektedir. Yoksa salt anlamda arz-talep dengesi, kıtlık yönetimi ve kaynak optimizasyonu çerçevesinde yapılan teknik analizler eksik kalacaktır.

Teknolojideki ilerleme, e-devlet uygulamaları ile birlikte ekonomik işlemlerin ve parasal düzenin de dijital ortamla giderek daha fazla uyum göstermesine yol açmıştır. Ekonomideki elektronik para transferi ve kaydi para işlemleri günümüzde finansal işlemlerin %90 yekûnunu oluşturmaktadır. Yirmi-otuz yıl öncesine kadar, teknolojik seviye ve bilgi düzeyinin yetersizliğinden dolayı kaydi paraya, çevrimiçi işlemlere veya elektronik transfere çok güvenilmezdi. Değer kayıpları ve bilgisayar korsanlığı gibi risklere karşı sağlanan güvence, artık PKI (Public Key Infrastructure) denilen güçlü ve dinamik şifreleme yöntemi ile sağlanmakta, ikili ve hatta üçlü doğrulama yöntemleri de kullanılabilir. PKI ile veri transferi SSL sertifikaları üzerinden sağlanmaktadır. Kimlik ispatı ve kanıt beyanları artık elektronik ortamlarda kolaylık, zaman tasarrufu ve daha hızlı etkileşim sağlayabilmektedir. Bu durum, ulus devlet ve senyöraj gibi paradigmaları zorlamakta, böylece “*citizen*” denilen ağ vatandaşları artık “*netizen*” olarak ülkesel ve bölgesel sınırlar olmaksızın etkileşimde bulunabilmekte, değer takasında bulunmakta ve alışveriş yapabilmektedir.

Sanal ortamda değer ölçüm araçları da “*Bitcoin*” adı altında çeşitli şekillerde üretilebilmiş ve ulusal paralarla rekabet edebilir hale gelmiştir. Bu nedenle yenilikçi teknolojik uygulamaların yaygınlaşması, ulusların hegemonyasını sarsarken ulus tanımına, vatandaşlık ilişkilerine ve küresel kaynakların paylaşımına da yeni bir boyut getirmektedir.

Blockchain teknolojisi ve kripto paranın doğuşunun, üç konuda derin kökleri mevcuttur:

- Yenilikçi teknolojinin sürekli ilerlemesi
- Küresel ekonomik ve finansal kuralların manipülasyonu,
- ABD Dolar hegemonyasına jeopolitik olarak meydan okuyan ülkelerin umudu,
- Ulusal ekonomileri zayıflatmaya yönelik küresel güçlerin sürekli girişimleri.

Kripto paraların ulusal para gibi işlem görebilmesi ulus devlet teorisi kapsamında egemen devletlerin senyoraj hakkı olarak para basma yetkiyle çelişki içerisinde olduğu veya bu hakka zarar verme potansiyelinde bulunduğu bilinen bir husustur. Ancak küresel ortamda küresel vatandaşlığın giderek rağbet göreceği varsayımıyla ulus devlet paradigmasıyla bunun açıklanamayacağı ifade etmek mümkündür. Bu, birkaç kuramla ilişkili olabilen yeni bir paradigma krizi olarak dikkate alınabilir. Bu değerler, tanımlamalar, varsayımlar ve teknik araçlar değiştiği için eski paradigmalarda yeni bilginin açıklanması olanaklı değildir. Bu nedenle de iktisat, kamu yönetimi ve bilişim sistemlerini kapsayan çoklu disiplinler bir analize ihtiyaç duyulmaktadır.

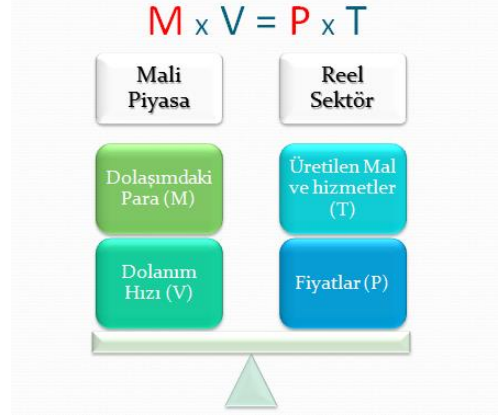
II.METODOLOJİ

Araştırmamızda betimleyici ve ilişki arayıcı mantıksal analiz metotları kullanılmaktadır. Ayrıca dolar hegemonyası ve dijital para üzerinde alanyazın taraması da yapılmaktadır. Bu nedenle ekonomi, para teorisi, dış ticaret, bilişim sistemleri ve yenilikçi teknoloji gibi birkaç bilimsel disiplin alanını ilgilendiren çoklu disiplinler bir araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Google Scholar, Researchgate, Academia ve EBSCO veri tabanında alanyazın taraması yapılmıştır. Buna göre “*Bitcoin*” olarak yapılan aramada en fazla 31.800 adet, “*seigniorage*” olarak yapılan aramada 18.900 adet, “*dollar hegemony*” olarak yapılan aramada 1.310 adet, “*senyoraj*” olarak yapılan aramada 429 adet ve “*dolar hegemonyası*” olarak 1 adet yayın olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla Bitcoin, dolar hegemonyası ve senyoraj ile ilgili yeterli düzeyde yabancı araştırma bulunduğu söylenebilirken, Türkçe alanyazında yeterli düzeyde yayın yapılmamış olduğu söylenebilir. Hâlbuki Dolar hegemonyasının oluşturduğu krizler ve dengesizliklerden en fazla

etkilenen uluslardan birisi olarak vatandaşların bilincinin bilimsel veri ve analizlerle desteklenmesi toplumsal olarak büyük fayda sağlayabilir. Ayrıca, paradigma, hegemonya ve miktar kuramıyla kripto paraların etkilerinin analiz edildiği bir çalışma ne yerli alanyazında ve ne de yabancı alanyazında tespit edilememiştir. Bu husus da kuşkusuz yaptığımız çalışmanın alanyazına olan katkısının önemli düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır.

Teori olarak paradigma teorisi, Hegemonya Kuramı, Genel Senyoraj Teorisi ile para miktarı teorisi (miktar kuramı) kullanılmıştır. Çoklu disiplinler bir yaklaşımla, üç farklı kuram bir analizde birleştirilerek değerlendirme yapılacaktır. Paradigma teorisinin kurucusu Thomas Kuhn'a göre; paradigma, bir bilimsel alanda üzerinde çalışılan problemlerin toplamı, kabullenilen teori ve modeller, uygulanan nicel, nitel ve deneysel yöntemler ile elde edilen sonuçların değerlendirilmesinde kullanılan sonuçlardan oluşmaktadır. Buna göre yenilikçi teknolojinin gelişmesi ile birlikte geleneksel anlamda kabul görmüş olan süreç, tanımlama, yöntem ve ilkeler de değişime uğramak zorundadır. Aksi durumda yeni sorunlar ve ihtiyaçlara göre kendisini yenileyememiş olacaktır. Ulus devletlerin para basma limitleriyle ilgili olarak para teorisyenleri tarafından iyi bilinen teknik bir formül mevcuttur. Miktar teorisi olarak adlandırılan; $M \times V = P \times T$ formülüne göre paranın değeri, piyasadaki reel ekonomi hacmiyle göreceli olan para miktarıyla dolanım hızına bağlıdır. Piyasadaki para miktarı yani para arzı artarsa mal-hizmetlerin miktarları sabit kaldığı takdirde fiyatlar genel seviyesi yani enflasyon oranı artar ve böylece paranın değeri de düşmüş olur. Kısaca, para arzındaki artış oranı, fiyatlardaki artış oranına eşittir. Bu yaklaşıma göre; paranın değerini para arzı belirler. "V" ve "T" kısa dönemde sabit kabul edilir. Para miktarı ne kadar artarsa, fiyatlar da aynı yönde ve oranda artar. Şekil 1'de para kuralının gösterimi yapılmıştır.

Para Miktarı Gresham Denge Kuramı:



Şekil 1.

Para Miktarı kuramının formül ile gösterimi

Buna göre araştırma sorularımız şu şekilde belirlenmiştir:

- Kripto veya sanal paralar ulusal senyoraj hakkının ihlali ve ulus devletinin varlığını tehdit eden alternatif bir para birimi olabilir mi?
- Bitcoin benzeri kripto paralar ABD Dolarının hegemonyasını kırabilecek bir rakip para olabilir mi?

Yukarıda belirtilen araştırma sorularına cevap aranırken öncelikle kapitalist düzende Dolar hegemonyasının nasıl oluştuğu, senyoraj hakkının ne anlama geldiği, Bitcoin teknolojisinin bunları nasıl değiştirdiği ele alınarak yukarıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılacaktır.

III. ARAŞTIRMA PROBLEMİ

Küresel dünyada kapitalist sistemin hegemonyasını temsil eden ABD'nin bütçe ve dış ticaret açığı toplamda 2 trilyon doları çoktan geçmiştir. Toplam borç stoku da bu değer neredeyse on katına ulaşmıştır (Stokes, 2013).

Kapitalist sistemin sembolü haline gelen ABD doları, İkinci Dünya Savaşı'ndan beri dünyanın ilk para birimi haline gelmiştir. Pek çok gözlemci analist artık bu dolar-merkezli küresel hegemonyanın sonunun yaklaştığına inanmaktadır. Güç dağılımlarındaki değişimler üzerinde pek çok yorumlar yapılagelirken Dolar baskınlığının maddi temelleriyle ölçümler sadece çok gevşek bir şekilde ilişkilendirilebilmektedir (Norrlof, 2014).

Dolar hegemonyasının bir “paralel veya gölge sistem” gibi Dünya ekonomisini yönlendirdiği ve ciddi krizlere de kaynaklık ettiği tespit edilmiştir (Girón, 2012). Finansal sektör üzerinde baskınlık olarak elde edilen hegemonya, sadece senyoraj etkisiyle ABD hükümetine kolayca borçlanma imkanı sağlamasıyla değil, aynı zamanda uluslararası piyasalarda doların döviz piyasalarında spekülasyon ve manipülasyon yoluyla da özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler aleyhine haksız kazanç elde etmesine yol açmaktadır (Ivanova, 2010). Gelişmiş ülkeler dış ticaret açıkları ve borçlanma oranları noktasından gelişmekte olan ülkeleri geçmeye başlamıştır. Yatırımların da artan bir oranda gelişmekte olan piyasalara akmasıyla birlikte bu husustaki endişeler giderek artmaktadır.

ABD ordusu, dünyanın dört bir yanındaki 800 üssü ile, dünyanın her köşesinde gerektiği anda derhal bombalama yeteneğine sahiptir (Greaber, 2012, 366). Bu rakipsiz yetenek, parasal sistemi bir arada tutan ve borç kölelerinin baskılanmasını sağlayan bir avantaj haline gelmiştir. Bu açıdan, Amerikan askeri kapitalizminin nihai etkilerine şahit olduğumuz anlaşılabilir (Greaber, 2012, 382). Askeri güç gösterisi ve korkutma ile yapılamayan uygulamalar parasal operasyonlar ve ulusüstü kurumların baskıları üzerinden yapılarak Dolar hegemonyası perçinlenmektedir. Özellikle ikili anlaşmalar ile Doların değişim ve rezerv aracı olmaktan çıkarılma girişimlerinde bulunan ülkelere el altından çeşitli operasyonlar yapıldığı bilinmektedir. Bu ülkelerde iktidar olanlar başlarına gelecek olumsuzluklardan kaçınmak için bu tür teşebbüslere destek olmaktan vazgeçmek zorunda kalmaktadırlar.

Dolar hegemonyasına bağlı spekülasyonist finansal baskınlık ve bunun sonucu olarak üretilen deflasyonist etkiler küresel çapta bir resesyon ve durgunluğu tetiklemeleri noktasında tehdit oluşturmaktadırlar (Bose, 2007). Bu hegemonyanın özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeleri kendi çıkarına yönlendirebildiği ve kendisinin çevresinde konumlandırarak bağımlılıklarını arttırdığı bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin de açık bir ekonomi olarak bu sistemin dışında olması ve olumsuz etkilenmemesi düşünülemez.

Özellikle sürekli önemli miktarda cari açık veren Türkiye gibi ülkelerde döviz baskısının süreklilik arz etmesi piyasa ve kamu maliyesi dinamiklerini bozduğu için ikili anlaşmalarla ulusal paraların mübadele edilmesi gibi yöntemlere başvurulmaya çalışılmaktadır. Uluslararası ölçekte değişim aracı olmayan bir para birimine sahip ülkelerin bu tarz çözümlere gitmeleri sorunun kaynağını kökünden çözmeye yönelik değil, geçici olarak sorunun oluşturduğu yıkıcı etkileri biraz ertelemeye yöneliktir. Çünkü açık veren bir ülkenin para birimi diğer ülkelerde birikeceği için bunu belirli bir

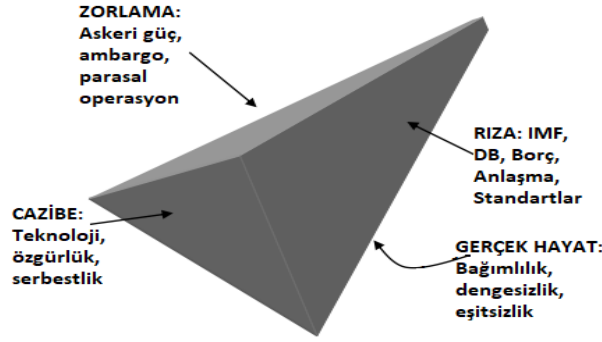
süre sonra kullanmak isteyeceklerdir. Başka piyasalarda bu paraları kullanamayacakları için tekrar yerli piyasaya giriş yapmaları anlamına gelecektir. Bu da uluslararası değişim aracı olan bir paraya dönüştürmek için tekrar yerli piyasaya sürüleceği anlamına gelmektedir. Bunun ilk sonucu da paranın değer kaybetmesi ve fiyatlar genel seviyesi üzerinde baskı oluşturarak enflasyona yol açması şeklinde tezahür edecektir.

IV. HEGEMONYA KURAMININ SENYORAJ TEORİSİYLE UYGULANABİLİRLİĞİ

Hegemonya, basitçe “egemenlik” olarak tercüme edilen ve şehir devletleri arasındaki ilişkileri tanımlamak için kullanılan bir Yunan teriminden türemiştir. Siyasi analizde kullanımı, İtalyan politikacı ve filozof Antonio Gramsci'nin yoğun tartışmasına kadar biraz sınırlıydı. Gramsci'nin hegemonya tartışması, en gelişmiş Batı ülkelerinde kapitalist devletin hayatta kalmasını anlama girişimlerinden sonra geldi. Hegemonya, hakim güçlerin diğerine hakimiyetini, tesis edilen kültürel ve kurumsal normları ve fikirleri meşrulaştırmasıyla güçlendirilir. Hegemonyanın sağlanması da zihinlerde bırakılan kalıplardır. Günümüzde “hegemonya” terimi, belirli bir fikir kümesinin göreceli olarak baskın konumunu ve bunların ortak ve sezgisel olma eğilimini tanımlamak, böylece alternatif fikirlerin, araçların veya yaklaşımların yayılmasını ve hatta eklenmesini engellemek için sıklıkla kullanılmaktadır.

Gücün kazanılmasından önce rıza kazanılması bariz bir sonuçtur. Fakat Gramsci'nin hegemonyayı sadece fikirler açısından değil, aynı zamanda üretim süreçleriyle de ilgili olarak anladığını kabul etmek önemlidir (Bieler, 2003). Devlet merkezli uluslararası ilişkiler (IR) analizinde hegemonya, egemen bir devletin veya devlet grubunun uluslararası sistem içindeki varlığını ifade eder. Gerçekçi analiz dalında bilinen hegemonik istikrar teorisi, bir hegemonun varlığı (örneğin, 19. yüzyılda İngiltere ve 1945'ten sonra ABD), uluslararası sistem içinde istikrar kalıpları üretir. Hegemonun, sistemin korunmasında kendi çıkarları vardır ve bu nedenle, sistemin güvenliğini askeri gücüyle savunmaya hazırdır (Stoddart, 2007). Uluslararası kurumlar kapitalist birikimin ya da aygıtların potansiyel olarak karşı-hegemonik fikirleri ve sosyal güçleri sömürecek belirli rejimlerin meşrulaştırılması için rızayı tesis eden araçlar olarak görülüyor. Böylece, 19. yüzyılın hegemonik düzeni, altın standart ve serbest ticaret gibi normlar, İngiliz askeri gücü ve İngiliz imparatorluğunun küresel erişimi gibi kurumlar tarafından yazılmıştır. 20. yüzyıldan sonra ise ABD'nin dolar senyoraaj avantajıyla pekiştirdiği ve IMF, Dünya Bankası gibi ulusüstü

kurumların gücüyle desteklediği ekonomik, politik ve askeri hegemonik düzeniyle devam edilmektedir.



Şekil 2.

Zorlama, rıza ve cazibe yönleriyle oluşturulan hegemonya üçgen prizması

Şekil 2' de görüldüğü gibi hegemonyanın devamlılığı için askeri operasyonlarla güç gösterisi yapılmakta, düzene karşı çıkan ülkelerde anarşist gruplar el altından desteklenerek, siyasi muhaliflere gizli destek verilerek, ekonomik ambargolar uygulayarak ve/veya parasal operasyonlar yapılarak zor gücü kullanılmaktadır. Diğer taraftan ulusların ihtiyaçları olan büyük projelere IMF ve DB üzerinden borç verilerek kurumsal yapılanmaları ile iç politikaların dolar hegemonyasına göre ayarlanması sağlanmaktadır. Öte taraftan dünya düzeninin yenilikçi teknoloji, bilimsel araştırmalar, çevresel duyarlılık gibi masum yönleri gösterilerek meşrulaştırıldığı da söylenebilmektedir. Ancak bu üçlünün sağladığı hegemonyanın altındaki hayatın gerçeklikleri de merkez kapitalist düzene bağımlılık, enflasyon, devalüasyon, stagflasyon, anarşi, siyasi gerginlikler, gelir adaletsizliği ve eşitsizlikler şeklinde yansımaktadır.

V. KAPİTALİST DÜZENDEKİ DOLAR HEGEMONYASI

Aşağıdaki tablo 1. de ise dünyadaki yabancı para cinsinden tutulan rezervler içerisinde paraların yüzdelik dağılımı görülmektedir. Görüldüğü üzere toplam rezerv paranın %64 civarındaki miktarı ABD Doları cinsinden tutulmaktadır. Bu da ABD ekonomisine karşı konulmaz bir üstünlük vermektedir.

Tablo 1.
Dünya'daki rezerv paraların cinslerine göre yüzdelerik sıralaması

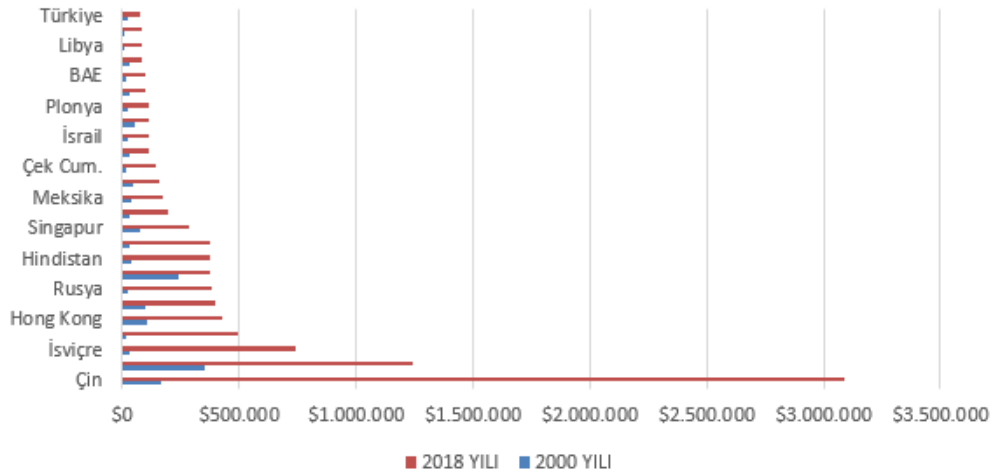
Sıralama	Reserve Para	Toplam Küresel Oran
#1	U.S. Dollar	63.5%
#2	Euro	20.0%
#3	Japanese Yen	4.5%
#4	British Pound	4.5%
#5	Canadian Dollar	2.0%
#6	Aussie Dollar	1.8%
#7	Chinese Yuan	1.1%
n/a	Other	2.6%

Kaynak: www.visualcapitalist.com/countries

Bu şekilde elde edilen olağanüstü güç, özellikle ekonomik üretkenlik, bilgi tabanlı, BT yoğun ve yenilikçi teknolojilere dayanan üretim noktasında dezavantajlı konuma gelen ülkelerin kendi dinamikleriyle bir üst gelir grubuna sıçrama gösterebilmesi güçleştirmekte ve orta gelir tuzağına takılarak ABD ekosisteminin pozitif dışşallıklarına bağımlı eklemelenmiş ekonomiler kategorisinde kalmak sorunuyla karşılaşabilmektedirler. Aşağıdaki Tablo 2 de ise 70 Milyar Dolardan fazla Dolar rezervi bulunan ülkelerin sıralaması görülmektedir. 2000 ile 2018 yılları arasında rezervlerin ciddi bir artış eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2.
70 Milyar Dolardan Fazla Rezervi olan Ülkeler

DOLAR REZERVİ (MİLYON \$)
En yüksek ilk 26 ülkenin verileridir



Kaynak: <https://data.worldbank.org/indicator> 'deki verilere göre hazırlanmıştır.

Dolayısıyla, bu ülkelerin sattıkları doğal kaynak veya mamul ürünlerin karşılığında aldıkları ve merkez bankaları ile tasarruf amacıyla yastık altında tutulan veya piyasada alış veriş için kullanılan Dolarların, ABD piyasasına geri dönmeden o ülkelerde kalması sonucunda miktar teorisi* ABD piyasasında işlemediğinden dolayı az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler yenilikçilik ve rekabet edebilir teknolojileri yönünden ABD merkezli ekonomik hegemonyaya karşı kolayca gelişmemekte ve bağımlılıktan kurtulamayarak orta gelir tuzağına girebilmektedirler (Efe, 2016).

VI. PARANIN KULLANIMI VE DEVALÜASYON

Paralar ilk önce altın, gümüş ve değerli madenlerden oluşurdu. Zamanla, madeni paraları daraltmak için kullanılan değerli metallerin sayısı azaltıldı. Daha az değerli metal içeriğe sahip olan yeni paralar, "aşırı değer biçilmiş" kabul edilecek ve böylece eski paralar dolaşımdaki "iyi parayı" sürükleyerek "değer düşüklüğüne" uğratacaktı. Devalüasyon olarak bilinen paranın başka paralara karşı değer kaybetmesi gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarından birisi haline gelmiştir.

Para, özünde kâğıt veya maden dışında aslında hiçbir şey değildir. Üzerinde tarihi bir görüntü olan bir kabuk, metal bir para ya da kâğıt parçası olabilir, ancak insanların üzerine koyduğu değer paranın fiziksel değeri ile ilgisi yoktur. Paraya değer veren arkasındaki ulusun ekonomik, askeri ve stratejik önemi ve becerisidir. Para, değişim, ölçüm birimi ve tasarruf amaçlarıyla kullanılan bir araç olmaktadır. Para insanlara dolaylı mal ve hizmet ticareti yapmalarını, malların fiyatını (dolar ve sent cinsinden yazılmış fiyatların cüzdanınızdaki bir miktara karşılık geldiğini) anlamalarını sağlar.

Para sadece herkesin bunu bir ödeme şekli olarak kabul edeceğini bildiği için değerli olmaktadır. Ulusların gücüne ve uyguladıkları ekonomik politikaların başarısına göre paralar iyi veya kötü para olarak sınıflandırılmaktadırlar. Bazen çok başarılı politikalar uygulayan ve kurumsal alt yapısı güçlü ülkelerin parasının değeri de düşebilmektedir. Bu ekonominin üretkenlik kapasitesine, cari açık ve net sermaye yatırım değerleri ile de ilişkili bir durumdur. Sürekli cari açık veren ve dışarıdan

* Miktar teorisi ile toplam para ve dolaşım hızının çarpımının mal ve hizmetlerin fiyatlarıyla çarpımına eşit olması ($M.V=Q.P$) kastedilmektedir. Eşitliğin sol tarafı para piyasasını sağ tarafı ise reel piyasayı temsil etmekte olup her iki piyasanın bir dengede devam etmesi gerektiğini savunur.

sermaye çekemeyen ülkelerin paralarının kaderi de sürekli değer kaybetmektir.

Gresham yasası*, "*kötü paranın iyi parayı kovduğunu*" belirten parasal bir ilkedir. Para birimi değerlemesinde, Gresham Yasasına göre, aslında yeni bir madeni paranın ("kötü para") daha yüksek miktarda kıymetli metal içeren daha eski bir madeni para ile ("iyi para") aynı yüz değerine atanması durumunda, madeni paralar dolaşımında kullanılacak ve eski madeni para biriktirilecek ve dolaşımdan yok olacaktır. Günümüzde Gresham yasası, genelde, aynı değeri verilen iki para biriminin, aşırı değerli paranın (kötü paranın) kullanılmasına ve düşük değerli paranın (iyi paranın) dolaşımdan kaybolmasına neden olacak bir durum için geçerlidir. Yani kötü para piyasaya verilirken değer kaybetmekte, ancak iyi para herkes tarafından tutulurken sürekli değer kazanmaktadır. İyi görülen para zarardan sakınmak ve değer kaybından oluşan bir rant elde etmek için sürekli talep görmektedir. Günümüzde ABD Dolarının işlem, değişim ve tasarruf aracı olarak muteber görülmesi nedeniyle diğer ulusların paraları görece olarak kötü olmakta ancak, ABD doları sürekli iyi para olarak yerini korumaktadır. Piyasa dinamiklerinde aksama olmasıyla arada bir oluşan güven bunalımları durumunda ise yapılan çeşitli operasyonlarla tekrar güven tazelenmektedir. Ancak ABD daha büyük açıklar verdiği halde Dolar üzerinde kurduğu hegemonya ile küresel bir senyorej geliri elde ederek hükümranlığını devam ettirmektedir.

2019 son aylarında ortaya çıkmaya başlayan Covid-19'un tetiklediği kriz ile piyasalar, artan dolar hakimiyetinin ve olumsuz etkilerinin etkisini maskeleyecek şekilde hayatta kalmaya odaklanmaktadır.

İyi zamanlarda, eğer dünyanın büyük bir kısmı dolar cinsinden işlem yaparsa normal karşılanabilir. Ancak bir krizde bu aşırı bağımlılık bir sorun olabilir. İlk sorun likidite olmakla birlikte ikinci sorun önemli döviz kuru riskidir. Mevcut kriz gibi bir krizde, ABD Dolarının genel olarak güçlendiği gözlemlenmektedir. ABD salgından en fazla zarar gören ülke konumunda olmasında rağmen 2020 Nisan'ın ilk haftasında ABD doları Euro karşısında%5,3, İsviçre Frangı karşısında%5,9, Japon Yeni karşısında%7,7 ve İngiliz Poundu karşısında%13,9 oranında güçlendi.

Korona salgını sonrasında IMF Genel Müdürü Kristalina Georgieva, "*Yatırımcılar, krizin başlangıcından bu yana, şimdiye kadar kaydedilmiş en büyük*

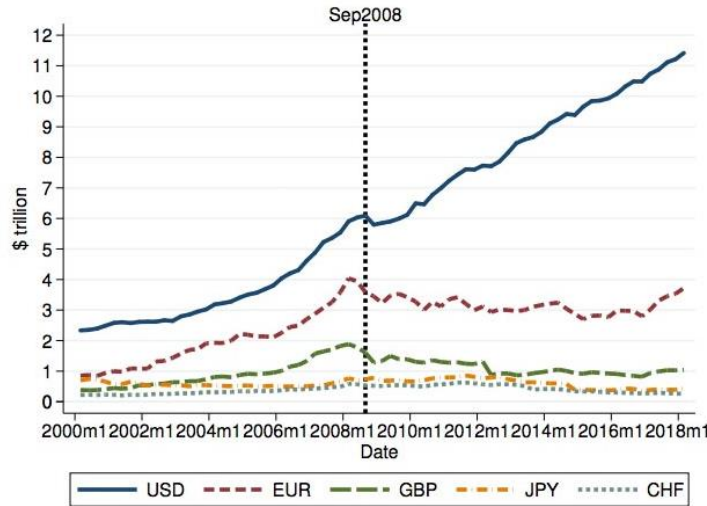
*Kraliçe I.Elizabeth'in mali danışmanı Sir Thomas Gresham bu parasal ilkeyi tanıyan ilk kişi değildi, ancak 1558'de açıklanması iktisatçı HD Macleod'un 19. Yüzyıldaki *Gresham yasasını* öne sürmesine yol açtı. Geniş bilgi için bkz: <https://www.britannica.com/topic/Greshams-law>

sermaye çıkışı olan 83 milyar dolarlık gelişmekte olan piyasalardan zaten uzaklaştılar” şeklinde demiştir*.

Peki dolar hakimiyetinin alternatifi nedir? Yen, Euro ve Sterlin ülkeleri buna karşı alternatifler geliştirmeye çalışmaktadırlar. Geçen yıl, Bank of England Valisi Mark Carney, dijital para birimleri sepeti olabilecek yeni bir küresel para birimi hakkında konuştu. Biraz Facebook Libra dijital parası gibi, bunun yerine merkez bankası tarafından sahiplenilecek dijital para biriminin başarılı olabileceği iddia edilmektedir†.

Aşağıdaki Şekil-3’ten de anlaşılacağı üzere, 2008 krizinden bu yana, ABD Doları’nın uluslararası ticaretteki hakimiyeti artmıştır. Ayrıca, artan dolar kullanımı borçlanmaya kadar uzanmaktadır. Özellikle borçlanma tercihlerinin ABD Doları lehine açık ara ilerleme gösterdiği söylenebilir.

Şekil 3. Kurumsal Borçlanmalarda ABD Dolarına Bağımlılıkta Artış Trendi



Source: BIS

Kaynak: <https://www.bis.org/publ/work783.pdf> ' dan alınmıştır.

6.1. Bitcoin Benzeri Kripto Paraların Çalışma Mekanizması, Değeri

* Detaylı bilgi için bkz: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2020/03/23/pr2098-imf-managing-director-statement-following-a-g20-ministerial-call-on-the-coronavirus-emergency>

† Detaylı bilgi için bkz: <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/speech/2019/the-growing-challenges-for-monetary-policy-speech-by-mark-carney.pdf>

ve Karşılığı

2008 yılında Shinto Nakamoto takma adıyla anonim olarak oluşturulan Bitcoin, tamamen dağıtılmış bir sistem olduğundan, kullanıcılarına işlemlerinde anonimlik sağladığından ve işlemlerin doğruluğundan emin olmak için kriptografi kullanan “peer to peer” denilen akranlar arası (p2p) bir sanal para birimi olarak bilinmektedir. Projeyi başlatanın gerçek kimliği hakkında şüpheler mevcuttur. Bu da işin arkasında ne tür küresel güçlerin bulunduğu hakkında endişeler duyulmasına da neden olabilmektedir.

Konunun iktisat, maliye, uluslararası ilişkiler, küresel finans ve bilişim teknolojileri gibi pek çok alanı birden ilgilendirmesinden dolayı gizemli yapısı tam olarak çözülebilmemiş değildir. Birçok iktisatçı da henüz ne yapılacağını tam olarak bilemez durumdadır. Bazıları yeni bir umut olarak değerlendirirken bazıları yeni bir sömürü düzeni olarak değerlendirebilmektedir. Ancak, bu olgunun mali sistem üzerinde sahip olabileceği sonuçların büyük olduğu kuşkusuzdur. Türkiye’de 2017 yılında Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi tarafından bizzat bir küresel operasyon ve aldatma olduğu uyarısı yapılmıştır. Konunun net anlaşılması için sürecin detaylarının belirli ve güvenli olması gerekmektedir.

Bir Bitcoin (BTC) normal para birimi ile satın alınabilir, daha sonra çok çeşitli farklı şeyler satın almak için kullanılabilir. Banka gibi güvenilir bir üçüncü taraf aracı gerektirmektedir. Bitcoin'in durumunu daha da ilginç kılan şey, yeni işlemlerin “veri madenciliği”yle gerçekleşebilmesi ve BTC'nin 21 milyonluk kıt limitinin işlevini etkilemesidir. Sayı sınırsız olmadığı için fiyatı da talep arttıkça artmaktadır.

Bitcoin, Bittorrent ve Napster gibi fenomenlerin önceki internet dosya paylaşım yetenekleri üzerine inşa edilmiştir (Jansen, 2012, 8). Bu, tamamen bir merkezden yoksun olduğu anlamına gelir. Çünkü artık bir banka gibi güvenilen bir üçüncü taraf aracı ile değil kriptografik kanıtlarla parasal bir işlemin doğrulanması ve güvenliği sağlanmaktadır (Nakamoto, 2008, 1). Bununla birlikte, bu, Nakamoto'nun iddia ettiği güven kavramını tamamen ortadan kaldırmaz. Güven için, kişinin işlemi tamamlamak için kriptografik teknolojiye de tam olarak güvenmesi gerekir. BTC'nin değerinin alıcılarına güvence sağlamak için kendi özerk gücünü kriptografiye bağladığında şüphe yoktur. Aşağıdaki formülde, yeni bir blok oluşması için doğrulanması gereken formül bulunmaktadır. Bir blok yeni bir işlemi temsil ettiği için tüm blokların birbirilerinin hash değerleriyle ilişkilendirilmiş olmasını gerektirmektedir. Bu da teknik olarak araya girerek verileri değiştirilmesini imkansızlığını kanıtlamaktadır.

Birçok kişi Bitcoin'in içsel bir değeri olmadığını ve bu nedenle riskli bir yatırım olduğunu düşünüyor. Yani gerçek bir varlığı söz konusu olmadığından sanal bir araca milyonlarca yatırım yapmanın riskli olduğu iddia ediliyor. Bitcoin değerini sağlama kavramı, altının değerinin elde edilmiş biçimine benzememektedir. (Peck, 2012). P2P kriptografisi, Bitcoin ve kullanıcılarına paralarını tam anlamıyla kontrol edebilmelerini, "Big Brother" saldırı ve sansürünün geçersiz kalmasını sağlamıştır (Jansen, 2012, 10). Gerçekten de, Bitcoin, fraksiyonel ihtiyat bankacılığı yetkilerinin bastırıldığı halkın "kurtarıcıları" olarak öne sürülmekte, ekonomiyi tartışmasız bir şekilde zarara uğratan ve zenginliklerini kamçılaman bankacılara ve politikacılara güvenmek zorunda kalınmaktadır (Wallace, 2011). Mevcut parasal sistemimizdeki sorun, tüm parasal sistemin akıbetinin, büyük ölçüde şirketin faaliyetlerini yürüten şirketin kaprislerine bağlı olmasıdır (Nakamoto, 2008, 2).

Kriptoparalarda kullanılan Blokzincir mekanizmasında üç tür kayıt türünden söz edilebilir. Bunlar merkezi, senkronize adem-i merkeziyetçi ve dağıtık kayıt sistemleri olarak belirtilebilir. E-devlet ve Uyap gibi yapılar merkezi kayıt sistemine dayanırken, bulut ortamında farklı yerlerde senkronize sistemleri kullanarak birkaç merkezli yapılara Dropbox ve Twitter gibi örnekler verilebilmektedir. Bunların bir üst seviyesinde dağıtık kayıt sistemi yer almaktadır. Burada ise Blokzincir teknolojisi devreye girerek tüm kullanıcıların birer kopyasına sahip olduğu bir mekanizma vardır. Bu mekanizmanın ayrılan özellikleri söz konusudur.

$$f(\text{B}) = \sum_{n=1}^{\infty} \left(h_n V_n + h_n PBH_n + h_n MR_n + h_n T_n + h_n DT_n + h_n N_n + h_n OI_n + h_n TH_n + h_n CDS_n + h_n CD_n + h_n SN_n \right)$$

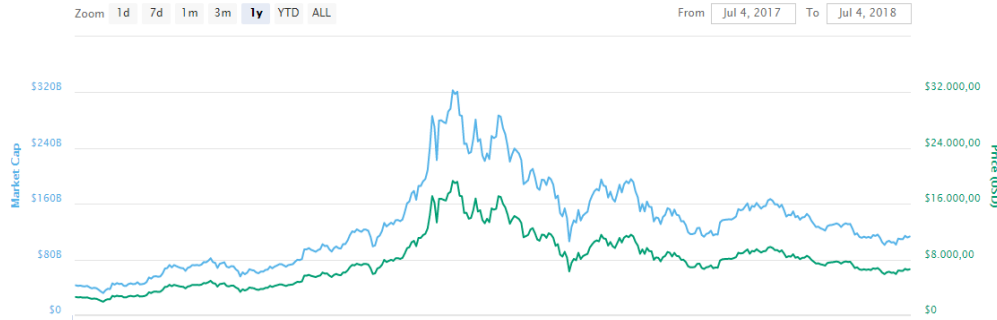
Bağımsız Değişken	Açıklama
V	Bitcoin sürüm numarası (4 Bayt)
PBH	Önceki blok başlığı karma (32 Bayt)
MR	Merkle Root: bu bloğun işleminin merkle ağacının bir karması (32 Bayt)
T	Zaman damgası (4 bayt)
DT	Bloğun zorluk hedefi (4 Byte)
N	Nonce: Madencilerin doğru bir karma (4 Byte) üretmesi için kullandıkları sayı
TH	İşlem karması (tüm sıfırın 32 bayt)
OI	Çıkış Dizini: (hepsinin 4 bayt)
CDS	Para Veri Boyutu: Para verisinin uzunluğu (2'den 100'e kadar Bayt)
CD	Değişken coinbase verileri. Ekstra olmayan ve madencilik adresleri. (değişken Bayt)
SN	Sıra numarası (tüm bitler olanlar)
H	SHA-256 Şifreleme Karma Algoritması "sindirmek", / "imza"; eterium «ethash»

Şekil 4.

Bitcoin kapsamındaki yeni bir işlemin doğrulanması için yapılması gereken hesaplama formülü

Şekil 4' den anlaşılacağı üzere dağıtık merkezi kayıt sistemi mantığına dayanan Blokzincir teknolojisi aslında bir algoritmadan oluşmaktadır. Bu algoritma da verilerin ifşa edilmesi, değiştirilmesi ve manipüle edilmesini imkansız hale getirmektedir. Bu algoritma farklı şekillerde işlemci hızına göre değiştirilebilir. Her kripto paranın kendisine has bir algoritması vardır. Sadece Bitcoin, şimdi piyasanın yarısından fazla değerini oluşturduğu için kripto paralar Bitcoin ile anılır olmuştur. Ancak gerçekte binden fazla sanal para markası var ve hepsinin doğrulama mekanizmaları farklıdır.

Tek başına Bitcoin küresel hegemonya açısından ciddi tehdit olarak algılandığı için kara haberler yayılarak sistemin çökeceği ve milyarlarca doların birilerinin eline geçeceği söylentileri her tarafta yayılmaya başlayınca elinde Bitcoin olanlar satış eğilimi gösterdiklerinden dolayı son bir yıl içerisinde tepe değerinin dörtte biri oranında kadar değer kaybı yaşamıştır. Arada bir hafif çıkışlar sergilemesine rağmen eski imajı ve performansını yakalayamamıştır.



Şekil 5.

Bitcoin piyasa değeri (mavi) ile fiyatını (yeşil) gösteren yıllık grafik

Kaynak: <https://coinmarketcap.com> sitesinden alınmıştır.

Şekil 5'den de anlaşıldığı üzere, özellikle 2018 yılı başından itibaren Bitcoin sanal paraya yapılan operasyon ve itibar kaybından dolayı 320 Milyar Dolarlık piyasa hacminden 80 Milyar dolara ve 32.000 Dolar olan bir Bitcoin değerinin 8.000 Dolar civarına kadar nasıl düşürüldüğü görülmektedir. Bu da Dolar hegemonyasının bir operasyonu olarak bilinmektedir. Sanal paraların itibarı düşürülerek en istikrarlı olan ABD dolarına olan güven ve itibarın devamlılığı sağlanmaya çalışılmaktadır.

6.2. Bitcoin Benzeri Kripto Paraların ABD Doları Hegemonyasıyla İlişkisi

Pek çok ulusal ekonomi, kaçınılmaz bir ekonomik eğilim gibi görünen şeylerden korunma sürecine başlamış görünmektedir. Dolarizasyon* sadece diğer ülkeler değil, aynı zamanda küresel teknolojik büyümenin ve internete erişimin artması sonucu sıradan bireyler açısından da popüler hale gelmiştir. Finansal piyasalar genellikle aynı eğilimi yansıtmaya yönlendiriliyor. En güvenilir ve en güçlü para olarak her yerde geçerli ABD doları algısına zarar verebilecek her türlü aygıt ve ihtimalin bertaraf edilmesi için gerekli stratejilerin her zaman uygulandığı söylenebilir. ABD doları kuşkusuz dünyanın en önemli rezerv para birimidir. Bu duruma eşlik eden planlama ve mali kurallar, Amerika Birleşik Devletleri'nde Washington ve müttefiklerinden birkaçı için kararlaştırıldı. Bu, petrodolar, altın standardın kaldırılması ve 2008'in en son finansal krizinin yaratılmasında, anlamsız parasal genişleme sürecine yansımıştır. Bütün bu ekonomik kararlar, küresel ekonominin Amerikan hâkimiyetini

* Dolar hegemonyasıyla mücadele için dolardan kaçış ile ilgili detaylı bilgi için bkz: <https://www.strategic-culture.org/news/2017/01/01/how-united-iran-russia-china-changing-world-better.html>

uzatma amacı ile sürdürülemez bir finansal sistemi yapay olarak desteklemek için yapıldı.

Amerika Birleşik Devletleri, IMF ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar aracılığıyla ülkeler üzerindeki mali ve ekonomik baskıyı artırmakta, daha sonra bu ülkeler müdahaleye karşı geri adım atmak için kendi aralarında örgütlenmektedirler. Teknoloji, adem-i merkezileşme stratejisini, Londra ve Washington'un, küresel kalbin küresel sorunlarının finansal kalbi ve ana sebebi olan merkeze karşı kolaylaştırdı. Kripto-para piyasasında meydana gelen gelişmeler sadece internetin yayılmasına, akıllı telefonlara ve dijital dünyada faaliyet gösterme yeteneğine paralel olarak meydana gelen bir durum değil, aynı zamanda merkezi finansal düzenleyiciler ve merkez bankalarından güvenli bir sığınak olarak görülüyor.

Koronavirüs pandemisi sırasında ABD ekonomisini desteklemek için önerilen yasalar, dijital bir dolar oluşturmak için bir öneriyi de kapsamaktadır. Hatta Federal Rezerv Merkez Bankasının teknik alt yapıyı hazırlamış olduğu noktasında tespitler yapılmıştır. Kağıt Dolar paranın enfeksiyon riskini de taşıyabildiği gerçeğinden hareketle bunu Dijital veya Kripto Dolar lehine fırsata dönüştürme çabasının olduğu söylenebilir.

Dijital dolar, bireylerin ve ailelerin işletmelerin kapanması ve bir dizi "evinde kalma" emrinin hayatta kalmasına yardımcı olacak ve bunun da işsizlik iddialarını ve potansiyel ciddi durgunluğu çözmede katkıda bulunacağı düşünülmüştür. İnsanları dijital dolara alıştırmak için de yardım paketine dijital dolar ile yardım yapılması kurgulanmıştır. Taslak yasa tasarısı altında "İşçiler ve Aileler İçin Sorumluluk Al Yasası" ve "Amerika Tüketicileri, Devletleri, İş Dünyası ve Korunmasız Nüfus Yasası" için Finansal Koruma ve Yardım Yasası olarak adlandırılan Federal Rezerv - ülkenin merkez bankası - küçükler için 1.000 \$ ve yetişkinlere 2.000 \$ 'lık ödeme göndermek için bir "dijital dolar" ve dijital cüzdanların kullanılması önerilmiştir*. "Dijital dolar" terimi, herhangi bir Federal Reserve bankasının hesaplarında borç olarak kaydedilen dijital defter girişlerinden oluşan bir dolar değeri olarak ifade edilen bakiye para veya uygun bir finans kurumu tarafından (Federal Rezerv Sistemi Yönetim Kurulu tarafından belirlendiği üzere) kullanılabilen elektronik bir değer birimi olarak tanımlanmaktadır.

6.3. Sanal Para ve Blokzincir Teknolojisinin Uluslararası

* Detaylı bilgi için bkz: <https://bravenewcoin.com/insights/covid-19-brings-digital-dollar-closer-to-reality>

İlişkiler ve Kurumsal Yapılanmalar Üzerindeki Etkileri

Blockchain teknolojisinin bir özelliği, kuruluşların kendi "dijital şifrelerini" kripto-para birimi olarak tanımlamaları ve bu para birimlerini dakikalar içinde dünyadaki hesaplar arasında hareket ettirebilmeleridir. Bu para birimleri gerçek değere sahiptir ve ABD doları gibi fiyat para birimleri de dahil olmak üzere borsa benzeri borsalarda 7 gün 24 saat satın alınabilir ve satılabilir. Bu kabiliyet, bireylerin bu işlemleri izlemeyi veya vermeyi beceremediği halde para alışverişinde bulunmayı potansiyel olarak kolaylaştırır.

Tablo 3.**Blokzincir Teknolojisinin Uluslararası İlişkiler ve Kurumsal Etkileri**

EKONOMİ	KURUMLAR	TEKNOLOJİ/ SÜREÇLER
Yastık altı tasarruflar yatırıma dönüşecek ve kripto finans sektörü yükselebilecektir.	Noterlik, Nüfus, Sağlık, Maliye ve Banka kurumları zamanla blockchain sistemine geçebilir.	Akıllı sözleşmeler tüm süreçlerde etkili olabilir.
Döviz darboğazı sorunu için ulusal kripto paralar sürekli geliştirilebilir.	Merkez bankaları kripto paraları düzenlemeye başlayabilir.	Quantum bilgisayar ile madencilik ve güvenlik süreçleri önem kazanabilir.
Uluslararası kripto para artar, Dolar senyorağı azalabilir.	Kripto sistemler üzerinde elde edilen değerler düzenlenebilir.	BT denetim süreçleri ve 3 faktör erişim önemsenebilir.

Tablo 3. Devamı

EKONOMİ	KURUMLAR	TEKNOLOJİ/ SÜREÇLER
ABD kripto para ile savaştıkça, BT üstünlüğüne göre pasta bölüşülebilir.	Yeni düzenleyici kurumlar meydana gelebilir.	Siber güvenlik tüm iş süreçlerinde dikkate alınabilir.
Endüstri 4.0 ve IoT uygulamalarını hızlandırarak tüm sektörler etkilenebilir.	DB ve IMF kripto para ve sistemler üzerine eğilebilir.	Güvenlik teknolojisi ve araçları ön plana çıkacak.

Elitist küresel kapitalist hegemonya sarsılabilir.	Kripto sistemler ve güvenlik ile ilgili eğitim, sertifika ve müfredat önem kazanabilir.	Dağıtık şifrelenmiş veri tabanı ve sunucu sistemleri bulut bilişimle yaygınlaşabilir.
--	---	---

Özellikle Zimbabwe ve Venezuela gibi hiperenflasyonlu ülkelerde, Bitcoin alternatif bir para birimi olmaya başladı. Bu durum, daha az gelişmiş ülkeler ve bu fenomenin ilkini görmesi muhtemel düşük değerli para birimleriyle pek çok hükümet işlevini finanse eden vergi gelirlerini azaltma potansiyeline sahiptir.

Dijital para biriminin hareketini paradoksal olarak takip etme ve takip etme yeteneği de daha fazla şeffaflığın ortaya çıkmasını mümkün kılmaktadır. Disberse* gibi kuruluşlar, amaçlanan organizasyonlara ve bireylere ulaşmalarını sağlamak için uluslararası yardım fonlarının nasıl izlenebileceğini şimdiden değiştirmeye başladılar.

Potansiyel olarak, Ambrosus† tedarik zinciri gibi karmaşık bilgi akışlarına sahip herhangi bir sistem, malların ve fonların hareketinin, uçtan uca net bir şekilde izlenebileceği şekilde yeniden yapılandırılabilir. İçlerindeki ulusların ve güçlü kurumların bu yeni gözetim ve hesap verebilirlikten nasıl etkilenebileceğini görmek kolaydır.

Bütün yeni yönetim sistemleri ortaya çıkmaya başladı bile. Akıllı sözleşmeler, kodla yazılan ve önceden belirlenmiş koşulların yerine getirilmesiyle otomatik olarak yapılan anlaşmalar kavramı, geleneksel bir hükümet olmadan bir araya gelmek için anlaşma yapmakta ve hatta oy hakkını dağıtmaktadır. Örneğin, Aragon‡, merkezi olmayan kuruluşların ulusal kimliğinden bağımsız olarak faaliyet göstermesine izin verir. Aragon'un kendi yönetim kurallarından başka bu örgütleri kimin onaylayacağı veya düzenleyeceği belli değildir.

Bu potansiyel aksaklıklar, dünyanın birçok ülkesinden gelen değişken tepkilere yol açmıştır. Bu durum, Çin'in ilk para arzının finansman mekanizmasının birçok yeni blok zincirinin start-up'ları tarafından Filipinler ve İsviçre gibi ülkelerde geniş çapta izin veren düzenlemelere bırakılmasından kaynaklanmaktadır.

Hem ekonomik bir motor hem de yenilikçi bir teknoloji olan blockchain teknolojisi, hükümetlerin, yeni gelişen sektörde faaliyet gösteren kurumlara nasıl yaklaşılacağı ve teknolojinin nasıl kullanılacağı konusunda

* Detaylı bilgi için bkz: <http://www.disberse.com/>

† Detaylı bilgi için bkz: <http://www.ambrosus.com/>

‡ Konu ile ilgili detaylı bilgi için bkz: <http://www.aragon.one/>

politikalar oluşturmasını gerektirecektir. Ek olarak, dünya çapında protokolleri ve politikayı standartlaştırmak için uluslararası çabalara öncülük edebilen ülkeler, kendi lehlerine şekillendirmek için bu teknolojiden faydalanacaktır.

Hükümetler uluslararası alanda blok zincirleme teknolojisi konusunda kendilerine birkaç soru sormalıdır: Hem vatandaşları korumak hem de rekabet avantajı sağlamak için teknoloji nasıl düzenlenebilir? Devletin işlevlerini iyileştirmek için içsel olan verimlilikler nasıl kullanılabilir? Hem ilerlemeyi hem de istikrarı sağlamak için mevcut ekonomik, politik ve sosyal kurumlara nasıl entegre edilebilir?

VII. GENEL DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekonomi insan tercihlerine göre şekil almaktadır. Kuşkusuz ekonomik talebi belirleyen tüketiciler olarak hane halkının, üretici, istihdam edici ve vergi veren olarak yatırımcıların ve politika ve müeyyidelerle toplumsal yarar açısından siyasal sorumluluk sahibi olarak hükümet ve ilgili kurumların ekonomideki harcama alanları ve miktarları ile ilgili tercihleri ve talepleri ekonomideki sorunları ve çözümleri belirleyen davranışlarına göre makro ve mikro ekonomik değişkeler etkilenmektedir. Günümüzde yenilikçi teknolojinin tahmin edilemez bir hızda gelişme göstermesiyle ekonomik ve parasal paradigmlar ve değer yargılarıyla birlikte kullanılan araçlar ve yöntemler de değişmektedir.

Yapılan analizler sonucunda araştırma sorularımız şu şekilde cevaplanabilmiştir:

- *Kripto veya sanal paralar ulusal senyoraaj hakkının ihlali ve ulus devletin varlığını tehdit eden alternatif bir para birimi olabilir mi?*

Parasal denge teorisi olarak bilinen miktar kuramı, reel sektörler ile finansal sektörün belirli bir denge içerisinde bir takım parametrelere bağlı olduğunu ortaya koymaktadır. Yani paranız dış ülkeler tarafından rezerv para, değişim ve yatırım aracı olmadığı sürece sınırsız para basamazsınız. Bunu sağlayan ABD gibi ülkeler küresel ölçekte karşı konulması güç ve haksız bir rekabet üstünlüğü elde etmiş olmaktadır. Bu tür ülkeler her türlü cari açıklarını ve bütçe açıklarını açık finansman denilen para basma ile karşılayabilirlerken bunun oluşturduğu olumsuz etkiler, giderek bağımlı hale gelen zayıf ekonomilere yansıtılabilmektedir.

Türkiye’de 2018 yılında yaşanan krizin temel nedenlerinden birisi de budur. Dış ticaret açığından dolayı dışarıya yapılacak döviz ödemeleri TL’nin daha fazla piyasaya arz edilmesine neden olmaktadır. Piyasada varlığı azalan Dolar yükselirken TL sürekli değer kaybetmektedir. Önceki

**Dolar
Hegemonyası ve
Kripto Para
Mühendisliği
Üzerine
Teknolojik Risk
Analizi**

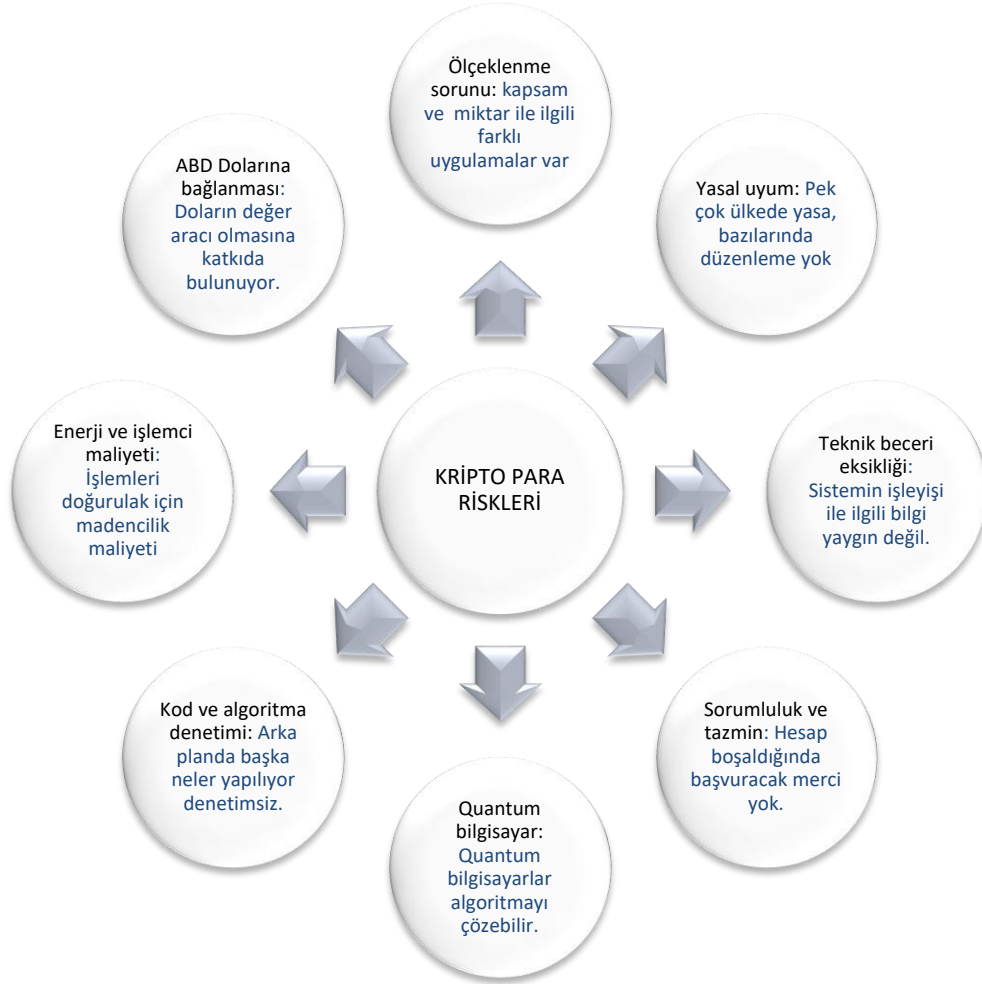
56

yıllarda spekülasyon ve doğrudan yatırım için gelmiş olan yatırımcılar farklı saiklerle fonlarını dışarıya çıkarmaya çalıştığında, döviz arz-talebi açısından ortaya çok daha büyük bir açık çıktığı için değer düşüklüğü ve onun oluşturduğu enflasyon da o oranda artış göstermiştir. Ayrıca rasyonel ekonomik beklentiler teorisine göre, ekonomik aktörlerin ve hane halkının TL'nin düşeceği ve Doların daha da artacağı tahminlerinden dolayı zararını engellemek veya rant elde etmek için TL varlıklarının Dolar varlıklarına dönüştürülmesi süreci de TL değer kaybını fazlasıyla tetikleyebilmektedir. Ancak kripto paraların gündeme girmesiyle birlikte bu formülün de artık eski paradigmlar arasında yerini alması söz konusu olabilir. Çünkü Dolarizasyon süreci onun bir değişim, yatırım ve rezerv para olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Bu durumda referans teşkil edecek olan yeni formüller de artık yeni paradigmlar tarafından belirlenecektir.

Üretim artışı olmadan para arzındaki artış normalde enflasyona yol açar. Döviz baskısı olan ülkeler aynı zamanda dış paralara bağımlı olduklarından dolayı kendi para politikaları etkisiz veya uygulanamaz hale gelebilmektedir. Özellikle, sürekli cari açık veren, bütçe açığı ve borçlanma sorunları ile karşı karşıya olan ülkelerde ulusal para birimleri küresel paralara karşı değer kaybetmek durumunda kalmaktadırlar. Bu durum dış ticaret hadlerinin lehe dönmesi yani, ithalatın pahalılaşması ve ihracatın ucuzlamasıyla zamanla cari açığın kapatılabileceği gibi olumlu sonuçları doğurabilmektedir. Ancak yerli üretimlerinin çoğunluğu ithal ürünlere bağlı olan Türkiye gibi ülkelerde yerli ürünlerin fiyatlarının da artmasıyla -yani enflasyona yol açmasından dolayı- orta ve uzun dönemde kalıcı enflasyon ve deflasyon gibi olumsuz sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle kripto paralar bu kapsamdaki ülkeler için büyük umut teşkil edebilir.

Kripto-para piyasasında meydana gelen gelişmeler sadece internetin yayılmasına, akıllı telefonlara ve dijital dünyada faaliyet gösterme yeteneğine paralel olarak meydana gelen bir durum değil, aynı zamanda merkezi finansal düzenleyiciler ve merkez bankalarından güvenli bir sığınak olarak görülüyor. Mevcut gelişmeler, Bitcoin gibi dijital paraların uzun vadeli bir yatırım olacağını henüz kanıtlayamayacak olsa da, kripto para olarak ciddi bir algı operasyonları yapılmaya devam edilmektedir. Pek çok ülke kendi ulusal resmi kripto parasını hazırlamak için gerekli yasal ve idari süreçleri başlatmıştır. Korona salgını sonrasında Dijital Dolar için de yasal ve teknik süreçler hızlı bir şekilde başlatılmıştır. Dijital para fikrinin arkasındaki teknoloji olan blockchain, merkezi olmayan elektronik ekonomik işlemler için kesin bir model olarak görülebilir. Ancak kripto paralarla ilgili olarak sistem henüz tam olarak oturmadığı gibi özellikle 2018 yılında ciddi bir şekilde değer kaybına uğramış olması bu anlamda bazı

kuşkuğuların artmasına ve güvensizlik havasının meydana gelmesine neden olmuştur. Ancak 2020 başlarında yukarıya doğru hareketlendiğinden dolayı tekrar toparlanabileceği söylenebilmektedir.



Şekil 6.

Blokzincir teknolojisinin uygulanabilirliği ile ilgili riskler

Yukarıdaki şekil 6 dan da anlaşıldığı üzere, kripto paralar üzerinde henüz ciddi riskler mevcuttur. Ancak ulusal ölçekte kurulacak bir sistemle denetim altında olan alternatif ulusal sistemlerin kurulması bu riskleri yönetilebilir hale getirebilecektir.

- *Bitcoin benzeri kripto paralar ABD Dolarının hegemonyasını kırabilecek bir rakip para olabilir mi?*

Bitcoin, Ethereum ve diğer kripto-paralar, dijital pazar payının çoğunu kapsamaktadır. Dijital paralara olan geçişi durdurmak ve küresel

**Dolar
Hegemonyası ve
Kripto Para
Mühendisliği
Üzerine
Teknolojik Risk
Analizi**

58

hegemonyaya zarar verme potansiyelini zayıflatmak için 2017-2018 yılı içerisinde özellikle sanal paraların lokomotifi olan Bitcoin üzerinde ciddi operasyonlar yapılarak değerinin beşte birine düşürülebilmesi sağlanabilmiştir. Burada dijital paralara olan itibarı zedelemek ve ciddi bir mağdur kesim oluşturarak güveni sarsmak gibi hedefler olabilir. Bu da kripto paraların geleceği hususunda kuşku duyulmasına ve en güçlü para olarak ABD Dolarına yönelişin devam etmesine neden olmuştur. Özellikle borçlanma oranlarında en fazla ABD Dolarıyla borçlanma yapıldığı ve bunun diğer paralara göre karşılaştırılmayacak oranda hızlı bir trende sahip olduğu söylenebilir.

Analizlere göre, Dolar hegemonyasına hizmet etmenin mükâfatını orta gelir tuzağından çıkmak şeklinde elde eden Çin, ekonomik ve askeri olarak en büyük rakibi olan ABD'nin en büyük kreditörü unvanını korumaktadır. ABD de Çin mallarını en fazla alan ülke olarak Çin ekonomisinin büyümesine katkıda bulunmaktadır. Çin ihracatının % 25 gibi devasa bir miktarını ABD almaktadır. Bu durum ABD ile aynı parasal politika uygulamak yerine güçlü para birimi politikasının ürünü olan Dolar hegemonyasına itaat edercesine ondan azami yararlanabilecek şekilde zayıf para politikası izleyerek mallarının sürekli görel olarak ucuzlamasını sağlayacak ve bu sayede ekonomideki yenilikçiliğe ve Ar-Ge ye dayanan üretken kapasiteyi destekleyecek şekilde parasal politikalar izlemiştir. Bu şekildeki karşılıklı bağımlılığın dışsal bir etki ile değişmemesi durumunda kısa ve orta dönemde ciddi bir politika ve statü değişikliği öngörülememektedir. Ancak yeni pazarların güçlenerek Çin mallarına müşteri olma noktasında ABD'ye alternatiflerin ortaya çıkması durumunda farklı gelişmeler yaşanabilir. Bu da kısa ve orta dönemde birden meydana gelebilecek bir durum olarak gösterilememektedir.

Korona salgını sonrasında üretim, ihracat, istihdam, gelir ve ticaretin tarihte nadir rastlanacak şekilde durmasından dolayı ABD ve Çin hükümetlerinin karşılıklı birbirilerini suçlamaları ekonomik ve parasal savaşların insan hayatını ve küresel huzuru yok sayacak gayr-i insani boyutlara ulaşabildiğini ortaya koymaktadır. Kripto para, çökmekte olan bir hegemonun kendiliğinden apaçık gerçekliğine, akılsız, ölçsüz ve hatta olgunlaşmamış bir tepkinin, içinde yaşadığımız gezegenin ve insanların yaşamları üzerinde sahip olacağı korkunç sonuçlardan kaçınma yeteneğine sahip olabilir.

Türkiye açısından durum değerlendirildiğinde, özellikle 2001 ekonomik krizinden sonra uygulanan parasal ve mali disiplin programının ciddi bir şekilde takip edilmesi, enflasyonla mücadele edilmesindeki kararlılık ve altı sıfır atılması Dolar senyoraajının etkisini azaltacak olan

önlemler olarak dikkate alınabilir. Özellikle TL'nin güçlü para olduğu imajının korunması, piyasada güven kazanması ve tasarruf aracı olarak da kullanılabileceği düşüncesinin yaygınlaşması bununla ilgili en önemli konulardır. Bunun için de parasal ve mali disiplinin devam ettirilmesi gerekir.

Hükümetin ciddi parasal ve mali disiplin uygulaması, özellikle yabancı sermayenin kendisini güvene alması ve geleceği umutla öngörebilmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Bu da kurumlara ve hukuk devletine olan güvenle yakından ilişkilidir. Ancak, özellikle dış ticaret açığının 60 Milyar \$ civarında seyretmesi, ihracatın ithalatı karşılama oranının sürekli arttırılması gerekliliğini göstermektedir. Bu da aynı zamanda orta gelir tuzağından çıkmakla yakından ilişkili bir husus olarak dikkate alınabilir. Bunun için de ulusal kripto para için yasal ve teknik alt yapının hazırlanması, yerli malı tüketiminin özendirilmesi, kamu alımlarında yüzde yüz yerli malı koşulu getirilmesi, israfın ve gereksiz harcamaların kaldırılarak tasarruf edilmesi ve reel ekonominin önündeki engellerin kaldırılarak uluslararası rekabet gücünün arttırılması gerekir.

Güven endeksinin yükselmesi, asayiş sorunlarının ortadan kaldırılması, yardımlaşma kültürünün desteklenmesi ve ortaklık süreçlerinin kolaylaştırılması bu anlamda büyük önem arz etmektedir. Bu da kuşkusuz liyakatli personel istihdamı ile işletilmesi gereken ve hukuk devleti standartlarına sıkı sıkıya bağlı olması gereken kamu kurum ve kuruluşlarının sistematik ve kurumsal uygulamalarının yaygınlaştırılması ile çok yakından ilişkilidir. Cari açık düzeltilmeden, dışarıdan sermaye transferleri devam ettirilmeden, toplumsal olarak aynı ortak hedeflere odaklanmadan, kaynakların israf edilmesi ortadan kaldırılmadan ve kamu bütçe açığı kapatılmadan ulusal paranın itibarının korunması orta ve uzun dönemde olanaklı görülmemektedir.

KAYNAKÇA

- Acronis, (2017), Blockchain Data Authentication, <https://www.acronis.com/en-us/blockchain-data-authentication/> (20/04/2020)
- Ammendola, G. (2011). Exorbitant Privilege: The Rise & Fall of the Dollar & the Future of the International Monetary System (Book Review). *American Foreign Policy Interests*, 33(2): 103-107.
- Andrews, D.(2006) Uluslararası Parasal Güç, Cornell University Press.

**Dolar
Hegemonyası ve
Kripto Para
Mühendisliği
Üzerine
Teknolojik Risk
Analizi
60**

- Anonim. (2017). Cryptocurrencies by country, *Dividends Magazine* <https://blogs.thomsonreuters.com/answeron/world-cryptocurrencies-country/> (25/05/2018)
- Bob M., (2017), What Does the Future of Bitcoin Look Like? <https://www.fxempire.com/education/article/what-does-the-future-of-bitcoin-look-like-404636> (25/04/2018)
- Bose, P. (2007). 'New' Imperialism? On Globalisation and Nation-States. *Historical Materialism*, 15(3): 95-120.
- Buang S. (2017), Are we ready for bitcoin? <https://www.nst.com.my/opinion/columnists/2017/06/249010/are-we-ready-bitcoin> (20/05/2018).
- Buchanan J. (2013), Bitcoin vs. Dollar Hegemony <http://www.e-ir.info/2013/09/16/Bitcoin-vs-dollar-hegemony/> (24/04/2018)
- Das S. (2017) Hungarian Central Bank Warns of Bitcoin & Cryptocurrencies' Risks <https://www.cryptocoinsnews.com/hungarian-central-bank-warns-bitcoin-cryptocurrencies-risks/> (29/06/2018)
- Durden, T., (2018) Is Bitcoin A Reaction To US Dollar Hegemony? <https://www.zerohedge.com/news/2018-01-17/bitcoin-reaction-us-dollar-hegemony> (21/06/2018)
- Efe, A. (2016). Dolar Senyorajiyiyla Mücadelede Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Rolü. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 8(1), 18-38.
- Efe, A. (2016). Yenilikçi Paradigmalar Işığında Türkiye'de Bölgesel Kalkınmacılık Krizi. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 2(2): 157-180.
- Efe, A. (2017). Siber Suçlar ve İhlallerde Kamu Otoritesinin Sorumluluğu Üzerine Bilişim Hukuku ve Uluslararası Hukuk Kapsamında Bir Analiz. *TNB Hukuk Dergisi*, 4(1):163-204.
- Girón, A. (2012). Crisis, Dollar and Shadow Financial System. *Journal of Economic Issues*, 46(2): 511-518.
- Graeber, D.. (2012). Borç: İlk 5,000 yıl, Melville House Publishing,
- Gray D. (2017), Bank of Ireland explores using blockchain, <https://www.thetimes.co.uk/article/bank-of-ireland-explores-using-blockchain-7fz72rj2b> (21/04/2018).
- Heathman, A. (2017) Move over bitcoin, these countries are creating their own digital currencies <https://www.verdict.co.uk/bitcoin-countries-digital-currency/> (22/06/2018).
- Helmore E. (2017), Are cryptocurrencies about to go mainstream? <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/01/cryptocurrencies-mainstream-finance-bitcoin-ethereum> (23/05/2018).

- Helms K., (2017), India's Supreme Court Seeks Answers as Bitcoin Legalization Focus Turns to Taxation, <https://news.Bitcoin.com/india-supreme-court-bitcoin-legalization-taxation/> (26/05/2018).
- Higgins S., (2018), Bitcoin Miner Canaan Acquires Blockchain Notary Service <https://www.coindesk.com/bitcoin-miner-canaan-acquires-blockchain-notary-service/> , (25/06/2018).
- Hung, H. F. (2013). China: Saviour or challenger of the dollar hegemony?. *Development and Change*, 44(6): 1341-1361.
- Ivanova, M. N. (2010). Hegemony and seigniorage: the planned spontaneity of the US current account deficit. *International Journal of Political Economy*, 39(1): 93-130.
- Jansen, M., Bir Maddi Olmayan Maddi Para Biriminin Siyasi Sanalı, Utrecht Üniversitesi, 2012
- Madeira A., (2017) How legal is Bitcoin and Crypto Currencies? <https://www.cryptocompare.com/coins/guides/how-legal-is-bitcoin-and-crypto-currencies/> (25/05/2018).
- Mark, M., (2017), Bitcoin's Legal Status Around the World <https://themerkle.com/bitcoins-legal-status-worldwide/> (26/04/2018).
- Mason B. (2017), The Next Cryptocurrency Evolution: Countries Issue their Own Digital Currency, <https://www.fxempire.com/education/article/the-next-cryptocurrency-evolution-countries-issue-their-own-digital-currency-443966> (28/05/2018).
- Neumann, M. (2014). Seigniorage in the United States. [research.stlouisfed.org: http://research.stlouisfed.org/publications/review/92/03/Seigniorage_Mar_Apr1992.pdf](http://research.stlouisfed.org/publications/review/92/03/Seigniorage_Mar_Apr1992.pdf) (25/05/2018).
- Neuteboom M. (2017), Colombia Clarifies Stance: Bitcoin is not Illegal <http://insideBitcoins.com/news/colombia-clarifies-stance-bitcoin-is-not-illegal/60667> (25/05/2018).
- Norrlof, C. (2014). Dollar hegemony: A power analysis. *Review of International Political Economy*, 21(5), 1042-1070.
- Pearson J., (2015), Why Chile's First Bitcoin Exchange Was Funded by the Government https://motherboard.vice.com/en_us/article/539ayz/why-chiles-first-bitcoin-exchange-was-funded-by-the-government (20/06/2018).
- Peck, ME, Bitcoin: Cryptoanarchists Cash'e Cevap, (2012), <http://spectrum.ieee.org/computing/software/bitcoin-the-cryptoanarchists-answer-to-cash/0> (25/05/2018).
- Pieraccini F. (2018), Is Bitcoin a Reaction to US Dollar Hegemony? <https://www.strategic-culture.org/news/2018/01/17/is-bitcoin-reaction-us-dollar-hegemony.html> (29/05/2018).

**Dolar
Hegemonyası ve
Kripto Para
Mühendisliği
Üzerine
Teknolojik Risk
Analizi
62**

- Satoshi N., (2008) Bitcoin: Bir Peer-to-Peer Elektronik Nakit Sistemi, www.Bitcoin.org (25/05/2018).
- Stoddart, M. C. (2007). Ideology, hegemony, discourse: A critical review of theories of knowledge and power. *Social Thought & Research*, 191-225.
- Stokes, D. (2014). Achilles' deal: Dollar decline and US grand strategy after the crisis. *Review of International Political Economy*, 21(5), 1071-1094.
- Wallace, B. (2011). Bitcoin'in Yükselişi ve Düşüşü, *Wired Magazine*, http://www.wired.com/magazine/2011/11/mf_Bitcoin/all/1 (22/04/18)
- Yıldırım, M., Yavaş, A. A., Özdemir, Ö., Mete, A., Demirbağ, E., Sarıkaya, A., et al. (2005). VII e-imza nitelikli sertifikasyon altyapısı ve yetkilendirme 1. çalışma grubu raporu. Antalya: TBD Kamu-BİB Kamu Bilişim Platformu.
- Zoffer, J. (2012). Future of Dollar Hegemony: The Dollar's Role After the Euro Crisis. *Harvard International Review*, 34(1), 26.

TECHNOLOGICAL RISK ANALYSIS ON CRYPTO CURRENCY ENGINEERING AND DOLLAR HEGEMONY

Dolar
Hegemonyası ve
Kripto Para
Mühendisliği
Üzerine
Teknolojik Risk
Analizi

EXTENDED ABSTRACT

Aim: The aim of this study is to determine the size of the US Dollar seigniorage and to assess whether this will be affected by the rise of crypto currencies.

Method: In this multidisciplinary work, we analyze, particularly as yet unfamiliar, whether the virtual or crypto money mechanism is potentially capable of undermining the hegemony of the US dollar in global terms at the conjecture of manifold concepts such as hegemony, paradigm crisis, general seigniorage and Gresham money theories.

Findings: Gresham Quantity Theory, known as the monetary balance theory, reveals that the real and financial sectors depend on a number of parameters in a certain balance. In other words, you cannot print unlimited money unless your money is a reserve money, exchange and investment tool by foreign countries. Countries like the USA, which provide this strong advantage, have achieved a difficult and unfair competitive advantage on a global scale. While such countries can meet all their current account deficits and budget deficits with the printing of money called open financing, the negative effects of this can be reflected in weak economies that are becoming increasingly dependent. Many developing countries such as Turkish Lira (TL) are suffering for national currency devaluation. That is why US government has acquired a paramount advantage that any other country cannot cope with. The developments in the cryptocurrency market are seen not only as a parallel to the spread of the internet, smartphones and the ability to operate in the digital world, but also as a safe haven from central financial regulators and central banks. While current developments cannot yet prove that digital currencies like Bitcoin will be a long-term investment, serious perception operations continue to be carried out as cryptocurrencies. Many countries have initiated the necessary legal and administrative processes to prepare their own national official cryptocurrency. Blockchain, the technology behind the idea of digital currency, can be seen as a definitive model for decentralized electronic economic transactions. However, as the system is not fully settled in relation to cryptocurrencies, the fact that it was seriously depreciated in 2018 caused some doubts and an atmosphere of

**Dolar
Hegemonyası ve
Kripto Para
Mühendisliği
Üzerine
Teknolojik Risk
Analizi
64**

insecurity in this sense. However, it can be said that it may recover again because of its upward movement in early 2020. The national currencies in the manual environment also have to move to virtual and crypto-centric e-government trends, outomated information&control systems and methods in the same way. Particularly after the COVID19 pandemic, due to the risk of infection from paper money, there has been discussion over Bill of House in the US senate for the legislative structure that ease the usage of Digital Dollar. In addition to the claims / accusations made by reputable scientific authorities and politicians in many developed countries that COVID-19 has been artificially developed to create an environment for Industry 4.0 applications, to install microchips to people and increase the use of crypto currencies.

Result: Blockchain technology based on crypto currency engineering is being used to prove the existence of a document or a document at the same time with various electronic money applications called Bitcoin, which paves a new way that challenges national currencies and seigniorage. It has been concluded that the crypto currencies have the potential to disrupt the countries' reserve money practices and the US Dollar. However, considering the news that the FED Central Bank has prepared the necessary infrastructure for the Digital Dollar, it is possible to say that the probability of continuing the seigniorage caused by the use of the US dollar globally is also strong. When considered in terms of Turkey, a serious implementation of monetary and fiscal discipline programs, commitment to the fight against inflation, to protect the image of the TL's strong currency, to continue the policies that gave confidence to investors, fundamental issues such as the creation of infrastructure for legal and technical for the national digital money, are the most important ones. Serious monetary and fiscal discipline implementation of the government is of great importance especially for foreign capital to secure itself and foresee the future with hope. This is closely related to the trust in institutions and the rule of law. However, the fact that the foreign trade deficit remained around \$ 60 billion indicates that the import coverage ratio should be increased continuously. This can also be considered as an issue closely related to getting out of the middle-income trap. For this, it is necessary to prepare the legal and technical infrastructure for the national crypto money, to encourage the consumption of domestic goods, to provide a hundred percent domestic goods condition in public procurements, to save money by eliminating waste and unnecessary expenses and to increase the international competitiveness by removing the obstacles to the real economy. Increasing the confidence index, eliminating public order problems, supporting the culture of cooperation and facilitating the partnership processes are of great importance in this regard. This is

undoubtedly closely related to the dissemination of systematic and institutional practices of public institutions and organizations, which should be operated through competent personnel employment and strictly adhered to state of law standards. It is not possible to protect the reputation of the national currency in the medium and long term without correcting the current account deficit, maintaining capital transfers from outside, focusing on the same common goals socially, eliminating waste of resources and closing the public budget deficit.

Keywords: Blockchain technology, Crypto Currency Engineering, Dollar Hegemony, Innovative Technology, e-Government, MIS

**Dolar
Hegemonyası ve
Kripto Para
Mühendisliği
Üzerine
Teknolojik Risk
Analizi**

65

VENÖZ TROMBOEMBOLİZMİN MALİYETLERİ VE EKONOMİK YÜKÜNÜN BELİRLENMESİNE İLİŞKİN SİSTEMATİK BİR DERLEME: FARMAEKONOMİK ÖNLEYİCİ BİR TEDAVİ OLARAK DMAH

Venöz
Tromboembolizmin
Maliyetleri ve
Ekonomik
Yükünün
Belirlenmesine
İlişkin Sistematik
Bir Derleme

67

Arş. Gör. Gülsüm Şeyma KOCA

Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü

g.seymakoca@hacettepe.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-1356-3975

Prof. Dr. Yusuf ÇELİK

Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü

yucelik@hacettepe.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-8051-9245

ÖZ

Amaç: Bu çalışmada; Venöz Tromboembolizm, Pulmoner Embolizm, Derin Ven Trombozunun tedavi maliyetlerinin belirlenmesi ve önleyici antikoagülan bir tedavi olan Düşük Molekül Ağırlıklı Heparin bir sağlık sigortasına veya hastaneye getirdiği ekonomik yükün tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışmada ekonomik yükün tespiti için raporlanan makalelerin seçiminde sistematik derleme analizinden yararlanılmıştır. Dahil etme ve dışlama kriterlerine göre VTE, DVT, PE veya her ikisinin tedavisindeki doğrudan/dolaylı maliyetlerini ele alan ve bu komplikasyonların önlenmesinde kullanılan antikoagülan tedavi maliyetlerini raporlayan tüm çalışmalar ele alınmıştır. Seçilen araştırmalar prospektif gözlemsel araştırmalar veya retrospektif araştırmalar, sistematik derleme araştırmalarıdır. Buna göre, toplam 35 araştırma incelenmiştir.

Bulgular: Çalışmada, VTE için yıllık ortalama maliyet; minimum 503,322\$, yeniden yatış olması durumunda maksimum 86.744\$'lara kadar ulaşmıştır. ABD'de VTE maliyetleri (3000\$-9500\$) arasında bir değişim göstermekte iken, Avrupa'da (2.215\$-4.030\$) arasında olduğu görülmüştür. PE için yıllık ortalama maliyetlerin ise minimum 3.758\$ ile maksimum 23.050\$ arasında değiştiği, tekrarlı yatış olması durumunda ya da olayın birincil teşhis mi yoksa ikincil mi teşhis olması durumuna göre 13.018\$ ile 16.644\$ arasında maliyetin bir değişim gösterdiği görülmüştür. DVT için yıllık ortalama maliyetler (3.740,48\$-26.292\$) arası, toplam maliyetler ise minimum 1.095\$ ile 10.758\$ arasında bir maliyete neden olmakta, DVT'e eşlik eden

PE olması durumunda ise yıllık toplam maliyetler (12.200\$-30.404\$) dır. DMAH'ın satın alma maliyeti 7 günlük doz üzerinden yapılan hesaplamalarda ortalama olarak (127\$-211,7\$) bulgulanmıştır.

Sonuç: Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, VTE atakları ve tekrarlayan VTE'nin önlenmesi için uygulanan mevcut antiagüakogulan tedavi seçeneklerinin karşılaştırılması açısından önemli olup, hastanelere ve sağlık sigortalarının bütçesine etkisinin tahmininde önemli bir fayda sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Venöz Tromboembolizm, Pulmoner Embolizm, Derin Ven Trombozu, Düşük Molekül Ağırlıklı Heparin, Tedavi Maliyetleri, Sistemik Derleme.

A SYSTEMATIC REVIEW OF THE DETERMINATION OF COSTS AND ECONOMIC BURDEN OF VENOUS THROMBOEMBOLISM: LMWH AS A PHARMAECONOMIC PREVENTIVE THERAPY

ABSTRACT

Aim: The aim of this study was to determine the treatment costs of Venous Thromboembolism, Pulmonary Embolism, Deep Vein Thrombosis and to determine the economic burden that Low Molecular Weight Heparin, a preventive anticoagulant treatment, brings to a health insurance or hospital.

Method: In the study, systematic review analysis was used in the selection of the articles reported for the determination of economic burden. All studies addressing the direct / indirect costs of VTE, DVT, PE or both according to the inclusion and exclusion criteria and reporting the costs of anticagulant therapy used to prevent these complications were discussed. Selected studies are prospective observational studies or retrospective studies, systematic review studies. Accordingly, a total of 35 studies were examined.

Findings: In the study, the average annual cost for VTE; the minimum is \$503,322 and in case of re-admission, it reaches up to \$86,744. The cost of VTE in the US varies between (\$3,000-\$9500), while in Europe it is between \$2,215 and \$4,030. The average annual costs for PE ranged from a minimum of \$3,758 to a maximum of \$23,050, with a change in cost between \$13,018 and \$16,644 in case of recurrent hospitalization or whether the event was a primary diagnosis or secondary diagnosis. The average annual costs for DVT are between \$3,740.48 and \$26,292 and the total costs are between \$1,095 and \$10,758, and in the case of PE accompanying DVT, the total costs are \$12,200 to \$30,404. The cost of purchasing LMWH was calculated to be (\$127-\$211.7) on average in 7-day dose calculations.

Results: The results obtained from this study are important in comparing the available anticoagulant treatment options for the prevention of VTE attacks and recurrent VTE and will provide a significant benefit in predicting the impact of hospitals and health insurers on the budget.

Keywords: Venous Thromboembolism, Pulmonary Embolism, Deep Vein Thrombosis, Low Molecular Weight Heparin, Treatment Costs, Systematic Review.

**Venöz
Tromboembolizmin
Maliyetleri ve
Ekonomik
Yükünün
Belirlenmesine
İlişkin Sistematik
Bir Derleme**

69

I. GİRİŞ

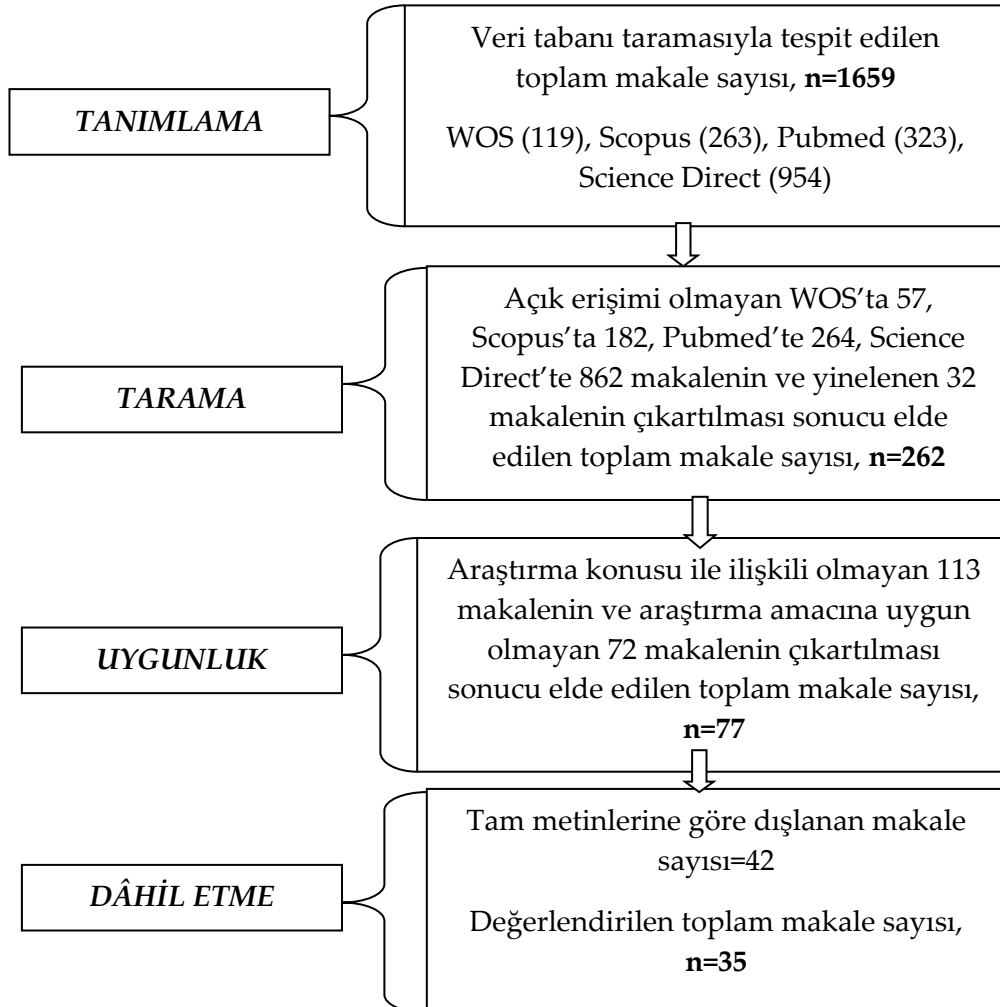
Venöz tromboembolizm, sağlık sistemlerine yük getirmeye devam eden, akut ve potansiyel olarak yaşamı tehdit eden kronik bir durumdur (Cohen et al., 2007; Dobesh, 2009). Derin ven trombozu (DVT) ve Pulmoner Emboli (PE) içeren VTE'nin yıllık insidansı batı ülkelerinde ve İngiltere'de yılda 1000 kişi başına 1-2 vaka olarak tahmin edilmiştir (Baser, 2011; White, 2003; Oger, 2000). VTE, ABD'de yaklaşık olarak 100.000'de, 100 kişide görülmektedir. Semptomik VTE kaynaklı hastalarının yaklaşık üçte birinde PE görülmekteyken, sadece üçte ikisinde DVT görülmektedir. Antikoagülan tedaviye rağmen VTE, ilk teşhis edildikten sonraki birkaç ayda sıklıkla tekrarlar ve 6 ayda %7'lik bir nüks oranı vardır. VTE'e bağlı ölümler ise, tanı konulduktan sonraki 1 ay içerisinde, DVT vakalarının %6'sında ve PE vakalarının %12'sinde görülmektedir (White, 2003). Bu ciddi komplikasyonlar VTE tedavisini yönetme yükünü arttırmaktadır (Ruppert et al. (2011). Akut DVT ve PE'nin tedavisi ve tekrarlayan VTE'nin önlenmesi, öncelikle antikoagülan tedavi kullanılmasını gerektirmektedir. Tedavi için güncel bakım standardı ise genellikle düşük moleküler ağırlıklı heparin ile yapılan tipik bir K vitamini antagonistidir (Fanikos et al., 2010; Shermock et al. 2013). VTE'nin insidansının ve ekonomik yükünün arttığı, VTE kaynaklı mortalitenin ise tedavi maliyetlerini arttırdığı, sağlık sistemlerine ekonomik yük getirdiği ifade edilebilir (Fanikos et al., 2013). Bu komplikasyonların önlenmesine yönelik araştırmaların yapılması, VTE'nin ekonomik yükün hafifletilmesine yönelik atılacak en önemli adımlardandır. Dolayısıyla, bu çalışmada özellikle, VTE'nin önlenmesinde kullanılan antikoagülan tedavi ve PE, DVT gibi komplikasyonların sağlık sigortasına ve hastaneye getirdiği tedavi maliyetlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

II. YÖNTEM

Araştırmada Moher ve arkadaşları (2009) tarafından ele alınan raporlama protokolü temel alınarak bir sistematik derleme analizi yapılmıştır. Makalelerin raporlanmasında, veri tabanına özgü tarama stratejisi kullanılmıştır. Araştırma da ele alınan veri tabanları; Web of Science, Scopus, Pubmed ve Science Directtir. Kullanılan anahtar kelimeler "Cost of

PE", "Cost of Venues Thromboemboli", "Cost of Low Moleculer Weighted Heparin (LMWH), "Cost of Deep Vein Thrombosis" "Cost, Cost Analysis" dir. Taramalarda yıl sınırlaması yapılmamıştır. Ayrıca raporlanan makalelerin kaynaklarından aramalar yapılarak ek çalışmalarda belirlenmiştir. Raporlanan makalelerin seçiminde dâhil edilme kriteri, İngilizce olan hem hastane perspektifinden hem de sağlık sigortası perspektifinden VTE, DVT, PE veya her ikisinin tedavisindeki doğrudan/dolaylı maliyetler, VTE'nin önleyici tedavisinde kullanılan DHAH maliyetlerini raporlayan tüm çalışmalar ele alınmıştır. Araştırmada, tam metnine erişilmeyen, kitap, sunum ve raporlar, tedavi masraflarının yer almadığı, tedavinin hem hastaya hem de sağlık sigortasına hiçbir masrafı olmayan araştırmalar dahil edilmemiştir. Seçilen araştırmalar prospektif gözlemsel araştırmalar veya retrospektif araştırmalar, sistematik derleme araştırmalarıdır. Buna göre, toplam 35 araştırma incelenmiştir. Sistematik derleme kapsamında izlenen aşamalar Şekil 1'de verilmiştir.

Şekil 1. Sistematik Derlemede İzlenen Aşamalar



III. BULGULAR

Sistemik derleme kapsamında değerlendirilen araştırmaların belirleyici özellikleri Tablo 1’de verilmiştir. Yıllara göre makale dağılımlarının incelendiğinde; 1997-2019 yılları arasında en fazla araştırmanın 2015 yılında yapıldığı görülmektedir. Daha sonra ise sırasıyla 2006 ve 2017 yıllarında 3’er çalışma vardır. 2002, 2003, 2009, 2012 yıllarında 2’şer çalışma ve diğere yıllarda ise 1’er çalışma yer almaktadır. Araştırma kapsamında değerlendirilen 35 çalışmadan, 21’i Amerika Birleşik Devletleri’nde, 2’si İngiltere’de yürütülmüştür. Diğere ülkelerde ise birer çalışma yürütülmüştür. Bu ülkeler sırasıyla; Almanya, Belçika, Fransa, Hindistan, Hollanda, İtalya, Kanada, Çin’dir. Dört çalışmanın ise ülke bilgisi yoktur. Bu makalelerde ülke bilgisine yer verilmemiştir. Seçilen makalelerde en sık kullanılan araştırma türü %54,3 ile retrospektif kohort araştırmalarıdır (19 çalışma). Diğere kullanılan araştırma tipleri ise sırasıyla %14,4 ile sistemik derleme araştırmaları (5 çalışma), %11,4 ile deneysel/müdahale araştırmaları (4 çalışma), %11,4 ile maliyet etkililik analizi (4 çalışma), %5,8 ile prospektif kohort araştırmaları (2 çalışma) ve %2,8 ile vaka kontrol araştırmalarıdır (1 çalışma). Araştırmaların yürütüldüğü kurumlar incelendiğinde araştırmaların büyük bir kısmı hastanelerde, kâr amaçlı ve kâr amaçlı olmayan sağık bakım organizasyonları, eğitim ve araştırma hastanelerinde yürütüldüğü görülmüştür. HMO ve PPO, Medicare’de yürütülen çalışmalar ise oldukça azdır.

3.1. VTE, DVT ve PE’nin hastaneye ve sağık sigortasına maliyeti: Farmaekonomik Antikoagülan tedavi olan DMAH’ın maliyeti

Bu bölümde, VTE, DVT veya PE tedavisinde ve bu komplikasyonların tedavisinde kullanılan farmaekonomik önleyici bir ilaç olan DMAH’ın tedavi maliyetlerini rapor eden çalışmaların bir özeti sunulmaktadır. VTE, DVT ve PE’nin tahmini maliyeti; rapor edilen araştırmalarda belirli bir süre boyunca VTE, DVT ve PE yönetimi için belirtilen maliyetler; toplam ve ortalama maliyet olarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmalarda, VTE hastalarının yatan hasta/ayakta tedavisi ile yönetmenin maliyetini ortaya koymak için çeşitli çalışma tasarımları kullanılmıştır. Tablo 1’de VTE’nin hastaneye veya sağık sigortasına maliyeti verilmiştir.

Tablo 1.

VTE'nin Ekonomik Yükü Hastane veya Sağlık Sigortasına Maliyeti

Makale No	Yazarlar	Kaç Kişi		VTE Maliyeti			
		Evren	Örneklem	VTE Ortalama Maliyeti	VTE Ort.± SS	Toplam VTE Ort.± SS	Diğer Maliyetler
1	Aboagye et al. (2018)	16.318 hasta	1029 hasta	503,322\$			
6	Bullano et al. (2005)	93448 hasta	2147 hasta	5.736\$	12.326\$ ± 24.448\$		
11	Fernandez (2015)	18 çalışma		14.975\$ (takip süresi içerisinde tekrarlanan) 15.123\$ (özel olarak sigortalı) 38.591\$ (yeniden yatış özel sigortalı) 10.399\$ (Medicare sigortalı) \$24.137 (yeniden yatış VTE, Medicare sigortalı)			Yatan hasta; 12.421\$
12	Grosse et al. (2016)	59 çalışma		1.348,68€=1.493,66\$			
13	Gussoni et al. (2013)	320 hasta	160 vte ve 160 vte olmayan hasta			Abd'de 3000\$- 9.500\$; Avrupa'da 2.000€-4.000€ =2.215\$-4.030\$	
17	Kahler et al. (2015)	319 hasta		11.128\$			

Tablo 1 Devamı

Makale No	Yazarlar	Kaç Kişi		VTE Maliyeti			
		Evren	Örnekle m	VTE Ortalama Maliyeti	VTE Ort.± SS	Toplam VTE Ort.± SS	Diğer Maliyetler
20	Lanitis et al. (2017)	431406 hasta	514 hasta	5.482£=6.071\$			
21	Lefebvre et al. (2012)	342536 hasta	16969 vte, 16969 vte olmayan hasta	3.141\$		33.531\$ (Hastanede yatma + ayakta tedavi + eczane maliyeti)	Ayakta hasta; 13.375\$
29	Caprini et al. (2003)	528 hasta					İlaç; 3.798\$± \$6.404
32	Lefebvre et al. (2013)	8013 vte grup; 168919 tekrarlama yan vte grup	16002 hasta	Yeniden yatış 86.744\$, Yeniden yatış olmazsa 37.525\$			Yatan hasta; yeniden yatış 32.860\$ Yeniden yatış olmazsa 32.178\$ Ayaktan Hastalarda; yeniden yatışta 22.693\$, yeniden yatış olmazsa 22.299\$; İlaçta yeniden yatışta 4.142\$, Yeniden yatış olmazsa 4.042\$
33	Lin et al. (2014)	88982 hasta	21854 hasta	Özel hastaneler 15.123\$, Medicare 10.399\$ Yıllık ortalama 55.982\$			

VTE'nin ekonomik yükünün hastaneye ve sağlık sigortasına getirdiği yükün incelendiği Tablo 1'e göre çalışmalar hastane perspektifinden ve sağlık sigortası perspektifinden incelenmiştir. Yıllık toplam sağlık bakım maliyetleri VTE için; olayın türüne birincil mi, ikincil mi tanı olduğuna bağlı olarak minimum 3.000\$ ile maksimum 33.531\$ arası bir değişim göstermektedir.

Hastane Perspektifinden VTE;

Hastane perspektifinden maliyetleri inceleyen araştırmalar hastanelerde veya çeşitli sağlık kuruluşlarının veri tabanlarından alınan veriler ile geriye dönük olarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalardan birisi olan Aboagye et al. (2018) çalışması, hastaneye yatırılan hastalar için VTE ile hastane içi ölüm, hastanede kalış süresi ve toplam hastane ücretleri arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. 2000 ve 2011 yılları arasında ulusal düzeyde yatan hasta örnekleri retrospektif olarak incelenmiş, hastaneye yatırılan 16318 hastanın 1029'unda (%6,3) VTE, 854'ünde DVT (%5,4) ve 175'inde (%1,1)'inde PE gelişmiştir. PE'li hastalarda hastanede ölüm oranları, VTE olmayan hastalara göre üç kat daha yüksek bulunmuştur. VTE gelişen hastaların hastanede ölüm oranlarının VTE olmayanlara göre 1,5 kat yüksek olduğu görülmüştür (RR: 1,47; %95 GA: 0,81-2,65; p=0,20). PE'li hastalar arasında ise hastanede ölüm olasılığı, VTE olmayan hastalardan üç kat daha yüksektir (OR:3,40; %95 GA: 1,29-8,99). VTE'li hastalarda VTE'li olmayan hastalara göre hastaneye yatış maliyeti ve yatış süresi açısından daha uzun olduğu görülmüştür. Grosse (2016), VTE tedavisinin ortalama olarak 12.000 dolar ile 15.000 dolar arasında bir maliyetle ilişkili olduğunu müteakip komplikasyonların olması durumunda 18.000 ile 23.5000 ABD dolarına yükselebileceğini belirtmiştir. Gussoni ve arkadaşları (2013), VTE olan ve VTE olmayan hasta gruplarını karşılaştırmış ve VTE yönetimi için toplam maliyetlerin olanlarda yaklaşık olarak dört kat daha yüksek olduğunu görmüştür (1.348,68€-373,03€= 1.348,68\$-413,12\$). Kahler et al. (2015), hastanede tedavi seçeneği ile evde tedavi seçeneğini karşılaştırdığı araştırmasında VTE'nin ortalama masraflarının 11.128 ABD doları civarında olduğunu ve düşük riskli hastalarda hemen taburcu edilmesinin tıbbi bakım maliyetlerinin daha düşük olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, DMAH ve Warfarin ile tedavi edilen hastalar, antikoagülan ve tıbbi bakım maliyetleri açısından karşılaştırılmış ve DMAH maliyetinin düşük olduğu görülmüştür. Lanitis ve arkadaşları (2012) VTE'nin 514 hasta için ortalama olarak 5.482£ (yaklaşık 6.071\$) olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, İngiltere'de VTE tedavisi ve nükslerin önlenmesi için apixaban ile yapılan ilk tedavi, ekonomik ve klinik olarak etkili bir LMWH/VKA'ya alternatif olarak görülmektedir. Caprini ve arkadaşları (2003), prospektif olarak hastaları

incelediği araştırmasında, VTE'nin ilaç maliyetlerinin 3.798\$±6.404\$ arasında bir değişim gösterdiğini belirtmiştir. Ayrıca, birincil DVT geliştirmenin net etkisinin 3,34 yıllık yaşam beklentisinde bir azalma ve kaliteye göre ayarlanmış yaşam beklentisinde 2,31 QALY'de bir azalma olduğunu tahmin etmiş ve DVT gelişen hastaların çoğu daha yaşlı olma eğiliminde olduğunu tespit etmiştir.

Sağlık Sigortası Perspektifinden VTE;

Yatan hasta bakımının maliyetini sağlık planı perspektifinden değerlendiren çalışmalarda, hasta bakım maliyetleri, veri tabanlarındaki ödeme kayıtlarına dayandırılarak sağlık sigortası bakış açısı ile incelenmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalardan birisi olan Bullono ve arkadaşları (2005), 1998'den 2000'e kadar ABD'nin 2 büyük sağlık sigorta kuruluşunun primer ve sekonder VTE tanısını, retrospektif olarak incelenmiştir. VTE için 12.326 ± 24.448 ABD doları (ortanca: 5.736 ABD doları, DVT için 7.712 ± 18.339 ABD Doları (ortanca: 3.131 ABD Doları), PE için 9.500 ± 13.512 ABD Doları (ortanca: 6.424 ABD Doları) ve DVT + PE için 12.200 ABD Doları + 24.038 ABD Doları (ortanca: 6.678 ABD Doları) maliyeti olduğunu, tekrarlı VTE durumunda ise ikincil olanın ilkinden %48 daha yüksek maliyete neden olabileceği tahmin edilmiştir. Fernandez (2005)'in çalışmasında ise VTE'nin ekonomik yükü ele alınmıştır. Buna göre; VTE'nin ortalama maliyeti takip süresi içerisinde tekrarlanırsa 14.975\$, özel sigorta olarak ödeyiciye maliyeti 15.123\$ iken tekrarlandığında 3.8591\$, Medicare sigortalıysa 10.399\$, tekrarlandığında Medicare sigortalı 24.137\$ 'dir. Lefebre ve arkadaşları (2012)'nin toplam 342.536 hasta üzerinde yaptığı çalışmada, 16.969 VTE hastası 16.969 VTE olmayan hasta üzerinde incelemeler yapılmıştır. Buna göre, VTE'li hastalar, VTE olmayan hastalara kıyasla daha yüksek maliyetlerine sahiptir. Lefebre (2013)'ün 16.002 hasta üzerinde yürüttüğü araştırmasında VTE'nin tekrarlaması durumunda tekrarlı maliyetler 86.744\$ tekrarsızda 37.525\$'a mal olduğu görülmektedir. Lin ve arkadaşları (2014), 88.982 hasta üzerinde retrospektif olarak incelediği araştırmasında özel hastanelere 15.123\$, Medicare'e 10.399\$, yıllık ortalama 55.982\$'a mal olduğu bulunmuştur.

Venöz
Tromboembolizmin
Maliyetleri ve
Ekonomik
Yükünün
Belirlenmesine
İlişkin Sistemik
Bir Derleme
76

Tablo 2.

DVT'nin Ekonomik Yükü Hastane veya Sağlık Sigortasına Maliyeti

Makale No	Yazarlar	Kaç Kişi		DVT Maliyeti		
		Evren	Örnekleme	DVT Ortalama	DVT Ort.± SS	Toplam DVT Ortalama
1	Aboagye et al. (2018)	16.318 hasta		4.987,2\$	3.740,4\$±6.234\$	
2	Algattas et al. (2017)	34 çalışma				8.677£=9.609\$
3	Annemans et al. (2002)			4.703\$	11.419\$ ± 26.292\$	
4	Bamber et al. (2015)					11.862\$
5	Bonafede et al. (2009)	550 hastane				989,27£=1.095,6\$
6	Bullano et al. (2005)	93448 hasta	1499			Toplam 9.407\$, (4.422\$ oda, 522\$ hemşirelik, 764\$ cerrahi, 644\$ laboratuvar, 1.115\$ ilaç, 1.852\$ diğer maliyetler)
7	Chan ve Shorr (2010)			8.331\$	\$3.018–\$5.040	
					Tekrarlı dvt varsa 12.326\$	
8	Collins (2001)		150(51+49) ayakta toplam 100 çalışma grubu; 20+30 toplam 50 kontrol grubu)	3.139,00\$ (enoxparin), 2.961,41\$ (heparin)		9.210\$

Tablo 2. Devamı

Makale No	Yazarlar	Kaç Kişi		DVT Maliyeti		
		Evren	Örnekleme	DVT Ortalama	DVT Ort.± SS	Toplam DVT Ortalama
9	Dasta et al. (2015)					Yatan 3.534,38€=3.915,20\$; Ayaktan 385,36€=426,88\$
10	Fanikos et al. (2003)	991 hasta	991'in içinde 303dvt			10.758\$
11	Fernandez (2015)	18 çalışma				6662\$
13	Gussoni et al. (2013)	320 hasta	160 vte, olan 160vte olmayan			6.612£=7.322,79
14	Hawkins et al. (1997)	1000 hasta				7.227\$
15	Heisen et al. (2017)		3449	11.189\$		5.779\$
16	Huang et al.(2015)					10.758\$
17	Kahler et al. (2015)	319 hasta				9.805\$ (yatış ve hizmetlerin toplam) tekrarlı yatış olursa maliyet 11.862\$ ayrıca; birincil teşhisi 10.804 \$ ikincil teşhisi 7.594\$
18	Knight et al. (2005)	9563dvt, 3933pe	869			Yatan Hasta, 3.732\$ (1.grup=UFH/VKA); 3.018 \$ (2.grup=LMWH/VKA); 5.040\$ (3.grup=UFH/LMWH/VKA)
22	Macdougall et al. (2006)	169640dvt+pe	78263 kontrol grubu 26264 çalışma grubu			7.227\$

Tablo 2’de DVT’nin ekonomik yükü hastane veya sağlık sigortasına maliyeti incelenmiştir.

Hastane Perspektifinden DVT;

Yapılan çalışmalarda, toplam DVT maliyeti 3.740,4\$±6.234\$ arasında değişim göstermekte, hastaneye maliyeti ise ortalama 4.987,2\$ olarak tespit edilmiştir. DVT’nin minimum maliyeti ortalama olarak 3.018\$ olduğu, maksimum ise 26.292\$ olduğu görülmektedir. DVT’nin maliyetinin incelendiği çalışmalardan Aboagye ve arkadaşları (2018) çalışması, hastaneye yatırılan hastalar için VTE ile hastane içi ölüm, hastanede kalış süresi ve toplam hastane ücretleri arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Hastaneye yatırılan 16.318 hastanın 854’ünde DVT (%5,4) geliştiği sonucuna ulaşılmıştır. Algattas ve arkadaşları (2017) çalışmasında DVT’nin ortalama maliyetinin 8.677£’a mal olduğu belirtilmektedir. Annemans ve arkadaşları (2002)’nin Belçika’daki hastanelerde yürüttüğü çalışmada, DVT’nin ortalama maliyeti 11.419\$ ± 26.292\$ arasında bir değişim gösterdiği ortalama olarak 4.703\$ olduğu görülmüştür. Bamber ve arkadaşları (2015) çalışmasında, Rivaroksaban PE ve DVT’nin tedavisinde LMWH/VKA ile karşılaştırılmış ve LMWH/VKA’ya kıyasla uygun maliyetli bir seçenek olarak bulunmuştur. DVT’nin toplam maliyetinin ise 11.862 dolar olduğu bulunmuştur. Bonofede ve arkadaşları (2009)’un çalışmasında VTE tedavisi için fondaparinux veya enoxaparin alan hastaların ekonomik sonuçlarını değerlendirmek ve karşılaştırmak için 550’den fazla ABD akut bakım hastanesinden taburcu verilerinin retrospektif analizi yapıldı, Fondaparinux’un klinik çalışma ortamında derin ven trombozu (DVT) tedavisinde enoksaparine göre daha düşük olmadığı gösterilmiştir. Toplam DVT maliyeti 989,27£ (yaklaşık ya 1.095,61\$)’dır. Chan ve Shorr (2010)’un araştırmasında DVT için 8.331\$, tekrarlı DVT varsa 12.326\$ bir maliyetinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Collins ve arkadaşları (2001) çalışmasında iki grup karşılaştırılmıştır. Buna göre, 150 çalışma grubu ve 50 kontrol grubu üzerinde yürütülen çalışmada DVT’nin toplam maliyeti 9.210\$ olduğu ve önleyici tedavi olarak kullanılan enoksaparinin maliyetinin 3.139\$, heparinin ise 2.961\$ olduğu bildirilmiştir. Fanikos ve arkadaşları (2003) çalışmasında 991 hastanın 303’ü DVT hastasıdır ve bu hastalar için toplam DVT maliyeti 10758\$’dır. Diğer çalışmalarda DVT için bulunan toplam maliyetleri araştırmacılar; Gussoni ve arkadaşları (2013), 6612£, Hawkins (1997) 7227\$, Heisen ve arkadaşları (2017), ortalama 11.189\$, Huang ve arkadaşları (2015) 10.758\$, Kahler ve arkadaşları (2015), yatan hasta hizmetinde 9.805\$, tekrarlı yatış olması durumunda 11.862\$, birincil teşhisinde 10,804\$, ikincil teşhisinde 7.227\$ olarak raporlamışlardır.

Sağlık Sigortası Perspektifinden DVT;

Bullono ve arkadaşları (2005), retrospektif olarak incelediği çalışmada, DVT için toplam 9.407\$'lık bir maliyetin olduğu, bunun 4.422\$'ının oda, 522\$'ının hemşirelik, 764\$'ının cerrahi, 644\$'ının laboratuvar, 1.115\$'ının ilaç ve 1.852\$'ının diğer maliyetler olduğunu belirtmiştir. Fernandez ve arkadaşları (2015) ise; DVT'nin toplam yıllık maliyetinin ortalama olarak 6.662\$'a mal olduğunu belirtmiştir.

**Venöz
Tromboembolizmin
Maliyetleri ve
Ekonomik
Yükünün
Belirlenmesine
İlişkin Sistematik
Bir Derleme**

Tablo 3.
PE'nin Ekonomik Yükü Hastane veya Sağlık Sigortasına Maliyeti

Makale No	Yazarlar	Kaç Kişi		PE Maliyeti	
		Evren	Örneklem	PE Ortalama	Toplam PE Ort.± SS
3	Annemans et al. (2002)		54	3.394£=3.758\$	
4	Bamber et al. (2015)				7.072£=7.832\$
6	Bullano et al. (2005)	25 hastanede toplam 93448 hasta	373	7.627\$	11.014\$ ± 12.778\$
7	Chan ve Shorr (2010)			14.722\$	8.000\$-14.000\$
9	Dasta et al. (2015)	Toplam= 64503 hasta			Toplam 11.486\$
10	Fanikos et al. (2003)	991	986testlerle teşhisle toplam 991 hasta		Toplam 8.763,87\$ ± 7.235,87\$
11	Fernandez (2015)	18 çalışma		8.764\$	5.198\$-6.928\$
13	Gussoni et al. (2013)	320		7.516,15\$	
16	Huang et al.(2015)			1.9032\$	
17	Kahler et al. (2015)	319		11.375\$	
18	Knight et al. (2005)	9563dvt 3933pe	3605		
19	Kröger et al. (2012)		176	20.813€ =23.050\$ (k+e/2) tedavi maliyeti €	
22	Macdougall et al. (2006)	169640dvt+pe	7653	6.381\$	
26	Syropoulos et al. (2007)			Ortalama 14.146\$ yeniden yatışta 14.722\$ 16.644\$*birincil teşhisi, 13.018\$ ikincil teşhisi	
28	Tilleul et al. (2006)			325,10£ =360,10\$ ayakta, 360,42 £= 399,16\$ yatan hasta	

Tablo 3'te PE'nin ekonomik yükü hastane veya sağlık sigortasına maliyeti incelenmiştir. Buna göre, PE'nin yıllık toplam maliyeti ise 3.758\$ ile 23.050\$, tekrarlı yatışlarda 14.146\$, yatan hasta maliyetinde ise 6.928\$ aralığındadır. Yapılan çalışmalarda, PE'nin toplam maliyetini; Bamber ve arkadaşları (2015) 7.072£ (yaklaşık 7.832\$), Bullano ve arkadaşları (2005) (11.014\$±12.778\$), Chan ve Shorr (2010) (8.000\$±14.000\$) olarak raporlamıştır. Dasta ve arkadaşları (2015) toplam maliyetin 11.486\$ olduğunu bu maliyetin 57.77\$'ının oda, 142\$'inin hemşirelik hizmetleri, 295\$'inin cerrahi, 551\$'inin stok, 895\$'inin laboratuvar, 1.346\$'inin ilaç ve 2.480\$'inin diğer maliyetler olduğunu belirtmiştir. Fanikos ve arkadaşları (2003) ise; toplam PE maliyetin 8.763,87±7.235,87 arasında bir değişim gösterdiğini (5.101,54\$±4.974,45\$ hemşirelik ücreti, 966,24\$±1.610,40\$ eczane maliyeti+ 962,689\$± 914,83\$ radyoloji maliyeti+ 625,16\$+653,15\$ acil servis+ klinik laboratuvarlar 566,75\$±450,09\$ kardiyak kateterizasyon laboratuvarı 219,20\$±379,35\$ +kan bankası hizmetleri 192,86\$±416,06\$ uygulama ücreti 88,88\$±152,63 \$+solunum/pulmoner hizmetler 31,57\$±131,96\$ diyaliz/böbrek 30,07\$±306,10\$ gastrointestinal laboratuvar 20,23\$± 158,92\$+ ameliyathane 17,64\$±236,77\$ anestezi 0,54\$ ±11,96\$ diğer maliyetler 99,92 \$±216,27\$) olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte, Syropoulos ve arkadaşları (2007), PE'nin toplam maliyetinin 14.146\$ olduğunu yeniden yatış durumunda ise bu maliyetin 14.772\$'a yükseldiğini, PE'nin birincil teşhisinin 16.644\$, ikincil teşhisinin ise 13.018\$ olduğunu belirtmiş ve Tilleul ve arkadaşları (2006) ise PE'nin ayakta hasta başına 325,10£ (yaklaşık 360,10\$), yatan hasta başına 360,42£ (yaklaşık 399,6\$) olduğu sonucuna ulaştığı söylenebilir. Tüm bunlardan, PE yönetiminin farklı merkezler arasında oldukça tutarlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, tanı ve takip testlerinin sayısında büyük farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 4.

DVT+PE'nin Ekonomik Yükü Hastane veya Sağlık Sigortasına Maliyeti

Makale No	Yazarlar	Kaç Kişi		DVT+PE Maliyeti		
		Evren	Örneklem	DVT+PE Ort.	DVT+PE Ort.±SS	Toplam DVT+PE Ort.±SS
6	Bullano et al. (2005)	25 hastanede toplam 93448 hasta		7.705\$	19.237\$± 30.404\$	
7	Chan ve Shorr (2010)					28000\$
20	Lanitis et al. (2017)			6.339£ = 7.020\$		
22	Macdougall et al. (2006)	169640dvt+pe araştırmanın evreni (örneklem= 78263 kontrol, 26264 çalışma grubu)	2932	9.587\$		22.749\$
26	Syropoulos et al. (2007)		64			27.909\$
28	Tillman et al. (2000)				1.868\$± 2.197\$	

Tablo 4'te DVT ile birlikte PE görülmesinin ekonomik yüküne yer verilmiştir. Buna göre, DVT ile birlikte PE'nin yıllık toplam maliyeti ise 12.200\$ ile 30.404\$ arasında bir değişim göstermektedir. Bullano ve arkadaşları (2005)'in venöz tromboembolizm teşhisinde özel sigortalı hastaların tedavi maliyetlerini ölçmek için yaptıkları araştırmalarda toplam 275 hastada DVT+PE yaklaşık hastaların %12,8'inde tespit edilmiştir. Vaka başına 12.200±24.038 ABD doları (ortanca 6678 ABD Doları) bir maliyetinin olduğu ve hastanede yatış süresince hastalarda tekrarlayan kanama ve

taburculuk sonrası yeniden yatışların bu maliyetleri arttırdığı bulunmuştur. Chan ve Shorr (2010) DVT ve PE'nin hastalara getirdiği sağlık yükünün tam olarak anlaşılabilmesi için VTE ile ilgili maliyetleri anlaması gerektiğini ifade etmiştir. DVT ya da PE gelişme maliyetinin genel hastalarda 8.000\$ ile 14.000\$ arası bir değişim gösterdiğini, DVT ile PE'nin aynı anda gerçekleşmesi durumunda ise kümülatif maliyetlerin vaka başına yaklaşık 28.000\$ olabileceğini belirtmiştir. Macdougall ve arkadaşları (2006)'nın DVT ve PE'nin genel ekonomik yükünün tespiti için geriye dönük gözlemsel olarak yapılan kohort araştırmasında DVT ile PE'nin yüksek toplam sağlık bakım maliyetleri ile ilişkili olduğu ve bu maliyetlerin tekrarlayan DVT veya PE ile artışı erken teşhisi, uygun tedavisi hem klinik hem de ekonomik fayda getirme potansiyelinin olduğu belirtilmektedir. Syropoulos ve arkadaşları (2017)'nin DVT ve PE'nin doğrudan tıbbi maliyetleri ve ekonomik yükünü belirlemek amacıyla yaptıkları araştırmada DVT ve PE'nin doğrudan tıbbi maliyetlerindeki ekonomik yükü, birincil tanılarda DVT için 10.804; PE için 16.644 ve ikincil teşhislerde DVT için 7.594\$, PE için 13.018\$, DVT ile PE'nin toplam maliyetinin ise 27.909\$'a mal olduğu, DVT ve PE'nin doğrudan tıbbi maliyetlerdeki ekonomik yükünün yalnızca ilk hastaneye gelinden kaynaklı olmadığı ve hastaların yarısının 90 gün içerisinde tekrar yeniden yatış yaptığından kaynaklı olarak maliyetlerin arttığı belirtilmektedir. Dolayısıyla, önleyici tedavi olarak kapsamlı antikoagülan tedavilerin kullanılmasının yönetim hizmetleri ve maliyetler açısından olumlu yansıtacağı düşünülmektedir.

Tablo 5.

DMAH'nin Ekonomik Yükü ve Maliyeti

Makale No	Yazarlar	Evren	Örneklem	DMAH maliyeti							
				Toplam ilaç harcamaları	Dmah ort.	Dmah toplam maliyet	Dmah ort+ss%25	Dmah ort-ss%25	Enoxoparin toplam maliyet ort±ss	Warfarin	Rivaroxaban
2	Algattas et al. (2017)	34 çalışma			169,4\$		211,7\$	127\$			
4	Bamber et al. (2015)				288£=318,96						
5	Bonafede et al. (2009)	550 US akut bakım hastanesi	366=fondaparinux hastası, 14.674 enoxparin hastası						36.640 \$ 978 (14,674* 2.497\$) enoxparin, 817,278 \$ (366*2.233\$)fondaparinux		
9	Dasta et al. (2015)	600 akut bakım hastanesine gelen, N=(28953DVT+35550PEToplam=64503) hasta		3.484\$ dvt; 2.666\$ pe yoğun bakım ünitesinde kalanların total ilaç harcamaları							
15	Heisen et al. (2017)					8.813£=9.760\$					

Tablo 5. Devamı

Makale No	Yazarlar	Evren	Örneklem	DMAH maliyeti					Enoxoparin toplam maliyet ort±ss	Warfarin	Rivaroxaban
				Toplam ilaç harcamaları	Dmah ort.	Dmah toplam maliyet	Dmah ort+ss% 25	Dmah ort-ss%25			
16	Huang et al.(2015)								11.309.543\$- \$28.887.687 (hipotetik 10.000 hastada)		
17	Kahler et al. (2015)	319	47diğer grup, rivaoxapan 50			8.080\$				6.662\$	
23	Merli et al. (2008)		32959 DMAH 24172 UFG			4819,00\$					
27	Streiff et al. (2019)	2,428 (DMAH: n=660; warfarin: n=1,061 rivaroxaban: n=707)					US 30.254 \$± 36.916		25.440\$ ± 26.576\$	29.690\$ ± 35.529\$	
30	Creekm ore et al. (2006)	10,121 hastane				32.981\$					
34	Merli et al. (2010)	1)352072 enoxaparin hastası 542292 ufg hastası							Enoksparin toplam ortalama maliyeti 5.363 dolar, ufg 6.443 \$		

Tablo 5'te DMAH'ın ekonomik yükü ve maliyetleri ile ilgili araştırma sonuçlarına yer verilmiştir. Bu çalışmalardan Algattas ve arkadaşları (2017)'nin araştırması venöz tromboembolizmi önlemek için kullanılan çeşitli stratejiler değerlendirilmiştir. Buna göre, VTE riskinin azaltılmasında DMAH kullanımının uygun profilaksi olarak kabul edildiğini bununla beraber düşük riskli VTE ve kanama risklerini dengelemek için en güvenilir yöntemin fraksiyone olmayan heparin olduğu fakat yüksek riskli hastalar için ise DMAH kullanılmasının daha etkili olduğu belirtilmiştir. DMAH'ın hasta başına ortalama maliyetinin 169,4\$ olduğu, minimum 127\$ ile maksimum 211,7\$ arasında bir maliyete sahip olduğu ifade edilebilir. Bamber ve arkadaşları (2015)'in çalışmasında ise DMAH'ın ortalama maliyeti 288£'dur. Bonafede ve arkadaşları (2009)'un araştırmasında VTE için farmakolojik tedavinin hastaneye yatış maliyetlerini etkileyebileceğini ve MarketScan Hastane İlaç veri tabanından (2005-2008) yılları arasında yapılan retrospektif analizde enoxaparin ile tedavi edilen hastaların fondaparinux ile tedavi edilen hastalara göre maliyetinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Dasta ve arkadaşları (2015), 600 akut bakım hastanesinde toplam 64.503 hasta üzerinde yaptıkları çalışmada DVT'nin ilaç maliyet 3.484\$, PE'nin ilaç maliyeti 2.666\$ olduğu tespit edilmiştir. Merli ve arkadaşları (2008)'in DMAH'ın fraksiyone heparin ile karşılaştırıldığı çalışmada, DMAH'ın daha maliyet etkin bir yöntem olduğu belirlenmiştir. Merli ve arkadaşları (2010) çalışmasında da enoksaparinin ortalama maliyeti UFG'e göre 1.080\$daha fazla maliyet avantajı sağlıyor. Tüm çalışmalar; VTE (DVT, PE veya her ikisi) tedavisinin ve farmakolojik önleyici tedavi alternatifi olan LMWH'nin satın alma maliyeti (7 günlük doz), ortalama 127\$-211,7\$ arası değişim göstermesi, son derece yüksek maliyetleri olan bu komplikasyonların önlenmesinde LMWH kullanımının hastalık maliyetini düşüren ve ekonomik yükünü azaltan bir alternatif olmasını sağlamıştır.

IV. SONUÇ

Bu çalışmada raporlanan çalışmalarda, VTE için yıllık ortalama maliyet; minimum 503,322\$a, yeniden yatış olması halinde maksimum 86.744\$lara kadar ulaşmıştır. ABD'de VTE maliyeti (3.000\$-9.500\$) arasında bir değişim göstermekte iken, Avrupa'da (2.215\$-4.030\$) arasında olduğu görülmüştür. Ayrıca yatan hastalarda; yeniden yatış yapanlarda maliyet 32.860\$, yeniden yatış yapmayanlarda 32.178\$, ayaktan hastalarda; yeniden yatış yapması halinde 22.693\$, yeniden yatış olmaması durumunda 22.299\$ olduğu tespit edilmiştir. VTE'nin ilaç maliyeti; yeniden yatış yapan hastalarda 4.142\$ ulaşmıştır. PE için yıllık ortalama maliyetlerin ise minimum 3.758\$ ile maksimum 23.050\$ arasında değiştiği, tekrarlı yatış olması durumunda ya da olayın birincil teşhis mi yoksa ikincil mi teşhis

olması durumuna göre 13.018\$ ile 16.644\$ arasında maliyetin bir değişim gösterdiği görülmüştür.

Araştırma sonucunda elde edilen diğer bulgulara göre, DVT için yıllık ortalama maliyetler 3.740,48\$ ile 26.292,00\$ arası, toplam maliyetler ise minimum 1.095\$ ile 10.758\$ arasında bir maliyete neden olmakta, DVT'e eşlik eden PE olması durumunda ise yıllık toplam maliyetler (12.200\$-30.404\$)dır. DMAH'ın satın alma maliyeti 7 günlük doz üzerinden yapılan hesaplamalarda ortalama olarak (127,0\$-211,7\$) bulgulanmıştır.

Ülkelerin klinik kılavuzları ve tedavi düzenlerindeki farklılıklar maliyetlerin hesaplanmasında zorluklara neden olmaktadır. Fakat son derece spesifik bir konu olan VTE, DVT, PE gibi komplikasyonların maliyetlerinin ortaya konulması sağlık sistemlerine, hastanelere ve sağlık sigortalarına getirdiği ekonomik yükün tespiti için son derece önemlidir. Ayrıca araştırma sistematik derleme kapsamında belirlenen dahil etme ve dışlama kriterlerine göre sınırlandırılmıştır ve elde edilen sonuçlar raporlanan makaleleri içermektedir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, VTE atakları ve tekrarlayan VTE'nin önlenmesi için uygulanan mevcut antiagürogölan tedavi seçeneklerinin karşılaştırılması açısından önemli olup, hastanelere ve sağlık sigortalarının bütçesine etkisinin tahmininde önemli bir fayda sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Aboagye, J. K., Hayanga, J. W., Lau, B. D., Bush, E. L., Shaffer, D. L., Hobson, D. B., ... ve D'Cunha, J. (2018). Venous Thromboembolism in Patients Hospitalized for Lung Transplantation, *The Annals of Thoracic Surgery*, 105(4): 1071-1076.
- Algattas, H., Damania, D., DeAndrea-Lazarus, I., Kimmell, K. T., Marko, N. F., Walter, K. A., ... ve Jahromi, B. S. (2017). Systematic Review of Safety and Cost-Effectiveness of Venous Thromboembolism Prophylaxis Strategies in Patients Undergoing Craniotomy for Brain Tumor, *Neurosurgery*, 82(2): 142-154.
- Annemans, L., Robays, H., Bruart, J., ve Verstraeten, P. (2002). Variation in Medical Resource Utilisation in the Management of Pulmonary Embolism in Belgium, *Acta Clinica Belgica*, 57(1): 11-18.
- Arseven O, Öngen G, Müsellim B. Pulmoner Tromboembolizm. Metintaş M, Editor. *Türkiye'de Temel Akciğer Sağlığı Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Türk Toraks Derneği Beyaz Kitap, 1. baskı. Ankara: 2010. 11-18.
- Aujesky, D., Smith, K. J., Cornuz, J., ve Roberts, M. S. (2005). Cost-effectiveness of Low-Molecular-Weight Heparin for Treatment of Pulmonary Embolism, *Chest*, 128(3): 1601-1610.

**Venöz
Tromboembolizmin
Maliyetleri ve
Ekonomik
Yükünün
Belirlenmesine
İlişkin Sistematik
Bir Derleme**

88

- Bain, E., Wilson, A., Toohar, R., Gates, S., Davis, L. J., ve Middleton, P. (2014). Prophylaxis for Venous Thromboembolic Disease in Pregnancy and the Early Postnatal Period, *Cochrane Database Syst Rev*, 2(2).
- Bamber, L., Muston, D., McLeod, E., Guillermin, A., Lowin, J., ve Patel, R. (2015). Cost-effectiveness Analysis of Treatment of Venous Thromboembolism with Rivaroxaban Compared with Combined Low Molecular Weight Heparin/Vitamin K Antagonist, *Thrombosis Journal*, 13(1): 20.
- Baser, O. (2011). Prevalence and economic burden of venous thromboembolism after total hip arthroplasty or total knee arthroplasty. *Am J Manag Care*. 17:6-8.
- Bellone, M., Di Virgilio, R., ve Di Rienzo, P. (2016). Budget Impact Analysis of Apixaban to Treat and Prevent Venous Thromboembolism in Italy, *Farmeconomia. Health Economics and Therapeutic Pathways*, 17(3).
- Bonafede, M. M., Shorr, A. F., Johnson, B. H., ve Horblyuk, R. (2009). Pcv12 Fondaparinux is Economically Non-inferior to Enoxaparin for the Treatment of Venous Thromboembolism, *Value in Health*, 12(3): A142.
- Bullano, M. F., Willey, V., Hauch, O., Wygant, G., Spyropoulos, A. C., ve Hoffman, L. (2005). Longitudinal Evaluation of Health Plan Cost per Venous Thromboembolism or Bleed Event in Patients with a Prior Venous Thromboembolism Event During Hospitalization, *Journal of Managed Care Pharmacy*, 11(8): 663-673.
- Caprini, J. A., Botteman, M. F., Stephens, J. M., Nadipelli, V., Ewing, M. M., Brandt, S., ... ve Cohen, A. T. (2003). Economic Burden of Long-Term Complications of Deep Vein Thrombosis After Total Hip Replacement Surgery in the United States, *Value in Health*, 6(1), 59-74.
- Chan, C. M., & Shorr, A. F. (2010). Venous Thromboembolic Disease in the Intensive Care Unit. In, *Seminars in Respiratory and Critical Care Medicine*, 31(01):039-046.
- Cohen, A.T, Agnelli, G., Anderson, F.A., Arcelus, J.I., Bergqvist, D., Brecht, J.G., et al. (2007). Venous thromboembolism (VTE) in Europe. The number of VTE events and associated morbidity and mortality. *Thromb Haemost*, 98:756-64.
- Collins (2001). Cost of Treating Deep-Vein Thrombosis, *Corresponce*: 284-285.
- Creekmore, F. M., Oderda, G. M., Pendleton, R. C., ve Brixner, D. I. (2006). Incidence and Economic Implications of Heparin-Induced Thrombocytopenia in Medical Patients Receiving Prophylaxis for Venous Thromboembolism, *Pharmacotherapy: The Journal of Human Pharmacology and Drug Therapy*, 26(10): 1438-1445.
- Dasta, J. F., Pilon, D., Mody, S. H., Lopatto, J., Laliberté, F., Germain, G., ... ve Nutescu, E. A. (2015). Daily Hospitalization Costs in Patients with Deep Vein Thrombosis or Pulmonary Embolism Treated with Anticoagulant Therapy, *Thrombosis Research*, 135(2): 303-310.

- Deger, C., Ozdemir, O., Bozkurt, K., Demir, M., Ince, B., Kultursay, H., ... & Parali, E. (2013). The cost-of-disease of deep venous thrombosis and its short-and long-term clinical consequences in turkey: An expert panel approach for estimation of costs. *Value in Health*, 16(3), A282.
- Dobesh, P.P. (2009). Economic burden of venous thromboembolism in hospitalized patients. *Pharmacotherapy*. 2009;29:943–53.
- Eryiğit, N, (2006), Hemşirelerin Derin Ven Trombozu Konusundaki Bilgi Düzeylerinin Saptanması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyon: Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Fanikos, J., Rao, A., Seger, A. C., Carter, D., Piazza, G., ve Goldhaber, S. Z. (2013). Hospital Costs of Acute Pulmonary Embolism. *The American Journal of Medicine*, 126(2): 127-132.
- FanikosJ, Stevens L.A, Labreche, M., Piazza G., Catapane, E., Novack, L., Goldhaber, S. Z (2010) Adherence to pharmacological thromboprophylaxis orders in hospitalized patients. *Am J Med*, 123:536–541.
- Fernandez, M. M., Hogue, S., Preblich, R., ve Kwong, W. J. (2015). Review of the Cost of Venous Thromboembolism. *ClinicoEconomics and Outcomes Research: CEOR*, 7, 451.
- Geerts, W.H., Bergqvist, D., Pineo, G. F, (2008). Prevention of Venous Thromboembolism: American College of Chest Physicians Evidence-Based Clinical Practice Guidelines, 8th edn. *Chest*. 2008, 133:381S–453S.
- Grosse, S. D., Nelson, R. E., Nyarko, K. A., Richardson, L. C., ve Raskob, G. E. (2016). The Economic Burden of Incident Venous Thromboembolism in the United States: A Review of Estimated Attributable Healthcare Costs, *Thrombosis Research*, 137: 3-10.
- Guanella, R., Ducruet, T., Johri, M. M. M. J., Miron. M. J., Roussin, A., Desmarais, S., ... ve Lamping, D. L. (2011). Economic Burden and Cost Determinants of Deep Vein Thrombosis During 2 Years Following Diagnosis: A Prospective Evaluation, *Journal of Thrombosis and Haemostasis*, 9(12): 2397-2405.
- Gussoni, G., Foglia, E., Frasson, S., Casartelli, L., Campanini, M., Bonfanti, M., ... ve Mazzone, A. (2013). Real-World Economic Burden of Venous Thromboembolism and Antithrombotic Prophylaxis in Medical Inpatients, *Thrombosis Research*, 131(1): 17-23.
- Hawkins, D. W., Langley, P. C., ve Krueger, K. P. (1997). Pharmacoeconomic Model of Enoxaparin Versus Heparin for Prevention of Deep Vein Thrombosis After Total Hip Replacement, *American Journal of Health-System Pharmacy*, 54(10): 1185-1190.
- Heisen, M., Treur, M. J., Heemstra, H. E., Giesen, E. B., ve Postma, M. J. (2017). Cost-effectiveness Analysis of Rivaroxaban for Treatment and Secondary

**Venöz
Tromboembolizmin
Maliyetleri ve
Ekonomik
Yükünün
Belirlenmesine
İlişkin Sistematik
Bir Derleme**

90

- Prevention of Venous Thromboembolism in the Netherlands, *Journal of Medical Economics*, 20(8): 813-824.
- Huang, W., Anderson, F. A., Rushton-Smith, S. K., ve Cohen, A. T. (2015). Impact of Thromboprophylaxis Across the US Acute Care Setting. *PloS One*, 10(3): e0121429.
- Kahler, Z. P., Beam, D. M., ve Kline, J. A. (2015). Cost of Treating Venous Thromboembolism with Heparin and Warfarin Versus Home Treatment with Rivaroxaban, *Academic Emergency Medicine*, 22(7): 796-802.
- Knight, K. K., Wong, J., Hauch, O., Wygant, G., Aguilar, D., ve Ofman, J. J. (2005). Economic and Utilization Outcomes Associated with Choice of Treatment for Venous Thromboembolism in Hospitalized Patients, *Value in Health*, 8(3): 191-200.
- Korkmaz, F. D. ve Çullu, M. (2010). Venöz Tromboembolizm ve Hemşirelik Bakımı (2015). *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 31(1): 62-82.
- Kröger, K., Küpper-Nybelen, J., Moerschel, C., Moysidis, T., Kienitz, C., ve Schubert, I. (2012). Prevalence and Economic Burden of Pulmonary Embolism in Germany, *Vascular Medicine*, 17(5): 303-309.
- Lanitis, T., Leipold, R., Hamilton, M., Rublee, D., Quon, P., Browne, C., ve Cohen, A. T. (2017). Cost-effectiveness of Apixaban Versus Low Molecular Weight Heparin/Vitamin K Antagonist for the Treatment of Venous Thromboembolism and the Prevention of Recurrences, *BMC Health Services Research*, 17(1): 74.
- Lefebvre, P., Laliberté, F., Nutescu, E. A., Duh, M. S., LaMori, J., Bookhart, B. K., ... ve Kaatz, S. (2012). All-Cause and Potentially Disease-Related Health Care Costs Associated with Venous Thromboembolism in Commercial, Medicare, and Medicaid Beneficiaries. *Journal of Managed Care Pharmacy*, 18(5), 363-374.
- Lefebvre, P., Laliberté, F., Nutescu, E. A., Duh, M. S., LaMori, J., Bookhart, B. K., ... ve Kaatz, S. (2013). All-Cause and Disease-Related Health Care Costs Associated with Recurrent Venous Thromboembolism. *Thrombosis and Haemostasis*, 110(12): 1288-1297.
- Lin, J., Lingohr-Smith, M., ve Kwong, W. J. (2014). Incremental Health Care Resource Utilization and Economic Burden of Venous Thromboembolism Recurrence from a US Payer Perspective, *Journal of Managed Care Pharmacy*, 20(2), 174-186.
- Liu X, Phatak H, Dillon R, Mitchell SA. Epidemiology and Mortality of Venous Thromboembolism Across Patient Populations: A Systematic Literature Review. Presented at the ISPOR 18th Annual International Meeting, New Orleans, LA, USA. May, 2013. Available from: http://www.ispor.org/research_pdfs/43/pdf/files/PCV5.pdf. Accessed September 17, 2018.

- MacDougall, D. A., Feliu, A. L., Boccuzzi, S. J., ve Lin, J. (2006). Economic Burden of Deep-Vein Thrombosis, Pulmonary Embolism, and Post-Thrombotic Syndrome.
- Merli, G., Ferrufino, C. P., Lin, J., Hussein, M., ve Battleman, D. (2010). Hospital-Based Costs Associated with Venous Thromboembolism Prophylaxis Regimens, *Journal of Thrombosis and Thrombolysis*, 29(4): 449-458.
- Merli, G., Ferrufino, C., Lin, J., Hussein, M., ve Battleman, D. (2008). Hospital-Based Costs Associated with Venous Thromboembolism Treatment Regimens, *Journal of Thrombosis and Haemostasis*, 6(7): 1077-1086.
- Michael S., Dejan M., Keith R. M., François, L., Dominique L., Patrick L., Jeff S. ve Alok A. K., (2019). Healthcare Resource Utilization and Costs Associated with Venous Thromboembolism in Cancer Patients Treated with Anticoagulants, *Journal of Medical Economics*, DOI: 10.1080/13696998.2019.1620752.
- Moher, D., A. Liberati, J. Tetzlaff, ve D. G. Altman. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement, *Annals of Internal Medicine*, 151 (4): 264. doi:10.7326/0003-4819-151-4-200908180-00135.
- O'Brien, J. A., ve Caro, J. J. (2002). Direct Medical Cost of Managing Deep Vein Thrombosis According to the Occurrence of Complications. *Pharmacoeconomics*, 20(9): 603-615.
- Oger, E. (2000). Incidence of venous thromboembolism: a community-based study in Western France. EPI-GETBP Study Group. Groupe d'Etude de la Thrombose de Bretagne Occidentale. *Thromb Haemost*, 83:657-60.
- Ruppert A, Steinle T, Lees M. Economic burden of venous thromboembolism: a systematic review. *J Med Econ*. 2011;14:65-74.
- Ruppert, A., Steinle, T., ve Lees, M. (2011). Economic Burden of Venous Thromboembolism: A Systematic Review. *Journal of Medical Economics*, 14(1): 65-74.
- Shermock, K. M, Lau, B.D, Haut, E.R, Hobson, D.B, Ganetsky, V.S, Kraus, P.S, Efirid,L.E, Lehmann, C. U, Pinto, B.L, Ross, P.A, Streiff, M.B. (2013). Patterns of non-administration of ordered doses of venous thromboembolism prophylaxis: implications for novel intervention strategies. *PLoSOne*, 8:e66311.
- Spyropoulos, A. C., ve Lin, J. (2007). Direct Medical Costs of Venous Thromboembolism and Subsequent Hospital Readmission Rates: An Administrative Claims Analysis from 30 Managed Care Organizations, *Journal of Managed Care Pharmacy*, 13(6): 475-486.
- Tilleul, P., LaFuma, A., Colin, X., ve Ozier, Y. (2006). Estimated Annual Costs of Prophylaxis and Treatment of venous Thromboembolic Events Associated

- Venöz Tromboembolizmin Maliyetleri ve Ekonomik Yükünün Belirlenmesine İlişkin Sistematik Bir Derleme**
- with Major Orthopedic Surgery in France, *Clinical and Applied Thrombosis/Hemostasis*, 12(4): 473-484.
- Tillman, D. J., Charland, S. L., ve Witt, D. M. (2000). Effectiveness and Economic Impact Associated with a Program for Outpatient Management of Acute Deep Vein Thrombosis in a Group Model Health Maintenance Organization, *Archives of Internal Medicine*, 160(19): 2926-2932.
- Ulusal Venöz Tromboembolizm Profilaksi ve Tedavi Kılavuzu 2010. (2010). Diasan Basım Form Matbaacılık.
- White RH. (2003). The Epidemiology of Venous Thromboembolism. *Circulation*, 107: 14.

A SYSTEMATIC REVIEW OF THE DETERMINATION OF COSTS AND ECONOMIC BURDEN OF VENOUS THROMBOEMBOLISM: LMWH AS A PHARMAECONOMIC PREVENTIVE THERAPY

Venöz
Tromboembolizmin
Maliyetleri ve
Ekonomik
Yükünün
Belirlenmesine
İlişkin Sistematik
Bir Derleme

EXTENDED ABSTRACT

93

Aim: Venous thromboembolism (VTE) is a common clinical problem that has both high morbidity and mortality and creates an economic burden for health systems, hospitals and health insurances. The annual incidence of VTE, which is accompanied by deep vein thrombosis (DVT) and Pulmonary Embolism (PTE), is estimated as 1-2 cases per 1000 people. The annual incidence for pulmonary embolism is 23 cases per 100,000 patients. Serious complications such as recurrent thromboembolism, post-thrombotic syndrome (PTS) and chronic thromboembolic pulmonary hypertension (CTEPH) increase the burden of managing VTE. Low Molecular Weight Heparin (LMWH) is generally used as an anticoagulant therapy in the treatment and prevention of VTE. The aim of this study was to determine the treatment costs of Venous Thromboembolism, Pulmonary Embolism, Deep Vein Thrombosis and to determine the economic burden that Low Molecular Weight Heparin, a preventive anticoagulant treatment, brings to a health insurance or hospital.

Yöntem: In the study, systematic review analysis was used in the selection of the articles reported for the determination of economic burden. All studies addressing the direct/indirect costs of VTE, DVT, PE or both according to the inclusion and exclusion criteria and reporting the costs of anticagulant therapy used to prevent these complications were discussed. Selected studies are prospective observational studies or retrospective studies, systematic review studies. One of the steps followed during systematic compilation is database scanning. 1659 articles determined by database scans: 119 articles were determined in WOS, 263 in Scopus, 323 in Pubmed, and 954 in Science Direct. As a result of the extraction of articles with no open access and duplicate articles, a total of 262 articles, 113 articles not related to the research topic and 72 articles that are not suitable for the research purpose, 77 articles were evaluated for suitability. A total of 35 studies were examined as a result of 42 articles excluded according to their full text.

Bulgular: In the studies reported in this study, the average annual cost for VTE has reached a minimum of \$503,322, and in case of re-hospitalization, a maximum of \$86,744. While the cost of VTE in the USA varies between (\$3,000 - \$9,500), it is seen to be between \$2,215 and \$4,430 in Europe. The economic burden of the reported articles was handled from the perspective of the hospital and the health insurance perspective. In researches that report costs from both the hospital perspective and the health insurance perspective, it has been observed that costs vary depending on whether they are repeated during the follow-up period, applied to private hospitals, whether the case is primary or secondary, or re-hospitalization. When the costs of inpatient care are evaluated within the framework of a health plan, the average cost of VTE is high, as is the private insurance, to the payer according to the recurrence status during the follow-up period. In addition, the cost of re-hospitalization in hospitalized patients was \$32,860, those who did not re-hospitalize were \$32,178, in the case of outpatient hospitalization, it was determined to be \$22,693, and in the absence of re-hospitalization, it was found to be \$22,299. The drug cost of VTE has reached \$4,142 in patients who have reoccupied. The annual average costs for PE ranged from a minimum of \$3,758 to a maximum of \$23,050, and the cost varied between \$13,018 and \$16,644 depending on whether the event was recurrent admission or whether the event was primary diagnosis or secondary diagnosis. The average annual costs for DVT (\$3,740.48-\$26,292), and the total costs cause a minimum of \$1,095 to \$10,758, and in the case of PE accompanying DVT, total annual costs (\$12,200-\$30,404). The purchase cost of DMAH was found to be on average (\$127-\$211.7) in calculations made over a 7-day dose.

Conclusion: The costs for the treatment of VTE have increased significantly, and hospitalization times in the USA, European countries and Canada have been prolonged. Therefore, it is difficult to make direct comparisons. In addition, there are very few studies in countries other than the USA and small samples and different methodologies of the studies are making this difficult to measure. All this constitutes the limitation of this research. VTE treatment, prevention and difficulties for determining the incidence is seen in Turkey. In Turkey, VTE, DVT, PE and DVT / PE related difficulties in the national incidence of the lack of measurement of venous thromboembolism prophylaxis and diagnosis, examination of the patient only the hospitalized, only the examination of elderly patients, frequent autopsy cases so as to be

included in the incidence figures do not get, or autopsy. Various causes cause problems in determining the actual incidence measurements. The scarcity of studies in this area forms the basis of this study. Differences in the clinical guidelines and treatment schemes of countries cause difficulties in calculating costs. However, exposing the costs of complications such as VTE, DVT, PE, which are a very specific issue, is extremely important for the determination of the economic burden on health systems, hospitals and health insurances. The results obtained from this research are important in terms of comparing VTE attacks and current antiticoagulant treatment options applied for the prevention of recurrent VTE, and will provide a significant benefit in estimating the impact of hospitals and health insurance budgets. Due to the lack of future research at the national level to the incidence and prevalence research VT, evaluating the planning of research on a national level in determining the true incidence of VTE and the extremely high efficiency of the cost of drugs used in the treatment of this complication in Turkey, patients of these complications, health insurance, brought the health system Various researches are proposed to determine and alleviate the economic burden.

Keywords: Venous Thromboembolism, Pulmonary Embolism, Deep Vein Thrombosis, Low Molecular Weight Heparin, Treatment Costs, Systematic Review,.

**Venöz
Tromboembolizmin
Maliyetleri ve
Ekonomik
Yükünün
Belirlenmesine
İlişkin Sistematik
Bir Derleme**

95

HASTA GÜÇLENDİRME VE YAŞAM KALİTESİ İLİŞKİSİ

Hasta
Güçlendirme ve
Yaşam Kalitesi
İlişkisi

97

Dr. Öğr. Üyesi Ali YILMAZ

*Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü
aliyilmaz69@gmail.com*

ORCID ID: [orcid.org/ 0000-0002-7482-1712](https://orcid.org/0000-0002-7482-1712)

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KAR

*Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü
ahmetkar67@hotmail.com*

ORCID ID: [orcid.org/ 0000-0002-3734-497X](https://orcid.org/0000-0002-3734-497X)

Arş. Gör. Mustafa KAYA

*Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü
mustafa_519@hotmail.com*

ORCID ID: [orcid.org/ 0000-0002-2005-5370](https://orcid.org/0000-0002-2005-5370)

ÖZ

Amaç: Bu çalışmada hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi arasındaki ilişkinin ve hastaların yaşam kalitesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Araştırmaya bir üniversite hastanesinde 5 Şubat-25 Mayıs 2018 tarihleri arasında dâhiliye, göğüs hastalıkları, kardiyoloji ve genel cerrahi birimlerinde poliklinik başvurusu yapan kronik hastalar dâhil edilmiştir. Astım, diyabet, kronik obstrüktif akciğer hastalığı (koah), tiroid ve kalp rahatsızlığı bulunan hastaların dâhil edildiği bu çalışmada Small (2012) tarafından geliştirilen, Kaya ve Işık (2018) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılan hasta güçlendirme ölçeği kullanılmıştır. Hastaların yaşam kalitesi ise The Euro Qol Group tarafından geliştirilmiş olan EQ-5D 5L ölçeğinin Hollanda ağırlıkları ile uygulanması ile değerlendirilmiştir. Rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır ve 515 hasta araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmanın verileri SPSS 23 programı ile analiz edilmiştir.

Bulgular: Uygulanan hasta güçlendirme ölçeğine ilişkin ortalama skor 130,18 olarak gerçekleşmiştir. Hasta güçlendirme ile yaşam kalitesi arasında orta düzeye yakın pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca yaş grubu ve kronik hastalık türünün hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi skoru üzerinde değişikliğe yol açtığı belirlenmiştir.

Sonuç: Bu çalışmada hasta güçlendirme ile yaşam kalitesi arasında ilişki olduğu ve hasta güçlendiriminin yaşam kalitesini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu yüzden hastaların güçlendirilmesine yönelik uygulamalara önem verilmesi, hastanın tedavisine aktif katılımının sağlanması ve uygulanacak politikaların bu doğrultuda planlanması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kronik Hastalık, Hasta Güçlendirme, Yaşam Kalitesi.

THE RELATIONSHIP OF PATIENT EMPOWERMENT AND LIFE QUALITY

ABSTRACT

Aim: In this study, it was aimed to determine the relationship between patient empowerment and life quality and the factors affecting patients' life quality.

Method: Chronic patients who applied to the internal medicine, thoracic diseases, cardiology and general surgery clinics in a university hospital between February 5 and May 25, 2018 were included in the study. In this study, which included patients with asthma, diabetes, chronic obstructive pulmonary disease (COPD), thyroid and heart disease, the patient empowerment scale developed by Small (2012) and whose Turkish validity and reliability tested by Kaya and Işık (2018) was applied. The life quality of the patients was evaluated by applying the EQ-5D 5L scale developed by The Euro Qol Group with Dutch weights. Random sampling method was used and 515 patients were included in the study. The data of the study were analyzed by SPSS 23 statistical program.

Findings: The average score of the applied patient empowerment scale was 130.18. A moderately positive relationship was found between patient empowerment and life quality. Also it was determined that age group and chronic disease type caused changes in patient empowerment and life quality score.

Results: In this study, it was concluded that there is a relationship between patient empowerment and life quality and patient empowerment increases the life quality. Therefore, it is recommended to attach importance to practices for empowering patients, to ensure active participation in the treatment of the patient and to plan the policies to be implemented accordingly.

Key Words: Chronic Illness, Patient Empowerment, Life Quality

I.GİRİŞ

Günümüzde ülkeler sağlık hizmetleri sunumunda yaşanan nüfus, kronik hastalıkların artması, finansal kaynakların yetersizliği, hasta güvenliği gibi problemler yaşamaktadır. Bu durum hizmeti kullananlarda memnuniyetsizliklere yol açmakta ve ülkelere çok önemli yükler

getirmektedir. Sağlık hizmetlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için gerekli olan önleyici, tedavi edici hizmetlerin sunumu, araştırma faaliyetleri ve güncel teknoloji kullanımı için çok daha fazla finansal kaynağa ihtiyaç duyulmaktadır. Ülkelerin içinde bulunduğu finansal zorluklar, ülkeleri kaynak yaratmada farklı stratejiler geliştirmeye yöneltmiştir. Geçmişte, sağlık kuruluşlarında, etkinlik ve verimlilik konusundaki iyileştirmelere odaklanılmışken, son yıllarda hastanın sağlık hizmetlerinin sürdürülebilirliğinde temel bir kaynak olarak değerlendirilmesine ve aktif rolü üzerinde durulmaktadır (Russo et al., 2019). Dünya Sağlık Örgütü 2020 sağlık hedefleri arasında; sağlık hizmetlerinin sonuçlarını, sağlık sistemi performansını ve sağlık hizmetlerinden memnuniyeti iyileştirmek için hasta merkezli bir sağlık hizmeti ve hasta güçlendirmenin önemini vurgulamaktadır (WHO, 2013: 118).

Sağlık hizmetlerinin değerlendirilmesi, ağırlıklı olarak sağlık sonuçlarının ölçülmesine dayanmaktadır. Sağlık değerlendirmesinde son dönemlerde psiko-sosyal, güçlendirme gibi sağlıkla doğrudan ilgili olmayan çıktılar üzerinde değerlendirmeler yapılmaktadır. Sağlık durumunun psiko-sosyal sonuçlardan ayrılması düşüncesi ilk kez 1988'de Kleinman tarafından kronik hastalıkların yönetiminde savunulmuştur. O zamandan beri, hastanın güçlenmesi sağlık hizmetlerinde güvenilir bir uygulama haline gelmiş ve paternalist modellerden uzaklaşarak, klinisyen-hasta işbirliğine dayanan, hastanın bilgilendirilerek karar süreçlerine dâhil edildiği ve sürecin birlikte yönetildiği güçlendirilmiş hastaya doğru bir değişim yaşanmıştır (Barr et al., 2015: 2; McAllister et al., 2012).

Hastanın güçlendirilmesinde önemli katkıları olan sağlıklı yaşam biçimi davranışları ve sağlık okuryazarlığı gibi alanlarda, davranış değişikliğini tanımlama ve sağlık sonuçlarının ölçümüne odaklanılmaktadır. İlk yapılan çalışmalar bireysel öz yeterlik, tutumlar, inançlar, öznel normlar gibi psikolojik yaklaşımlara odaklanırken, daha sonra yapılan çalışmalarda bilişsel yönelimler benimsenmiş bilgi, okuryazarlık ve bireysel beceriler gibi kavramlara yönelim olmuştur. Hastanın davranışlarını ve sağlığını açıklayan bilişsel ve psikolojik yaklaşım Schulz ve Nakamoto (2011) tarafından birleştirilerek yeni bir model geliştirilmiştir. Bu model sağlık bilgisi, güçlendirme, davranış ve sağlık sonuçlarını birlikte değerlendirmeyi önermektedir. Hastanın davranışındaki farklılıkları açıklamada kişisel bilgi ve güçlendirmenin etkisinin önemli olduğu savunulmaktadır. Sağlığın güçlendirilmesi, bireysel güç ve yetkinlikler arasında bir bağlantı sağlayan, sosyal politikalara ve sosyal değişime katkı sağlayan proaktif bir doğal sistemdir. Perkins ve Zimmerman (1995)'a göre güçlendirme, özgüven, öz yeterlik, yetkinlik, kontrol odağı gibi geleneksel psikolojik yapıların

ötesinde, kendi kaderini tayin etmeyle yakından bağlantılı çok düzeyli ve çok boyutlu bir yapıdır. Bireylerin bilgilendirilerek gönüllü olarak bu sürece katılması son derece önemlidir (Camerini et al., 2012: 337-344). Hastanın karar alma aşamasında bilgilendirilerek kararlara hazırlanması ve karar vermede fiili katılımın sağlanması olumlu sonuçlar doğurmaktadır (Alden, 2014: 884). Hasta güçlendirme; hastanın eğitimi, tedavide sorumluluk üstlenmesi ve sağlık hizmetlerini yönetmede aktif katılımının sağlanması olarak da tanımlanmaktadır. Hasta güçlendirme, hastanın sağlık okuryazarlığının, kontrol, katılım ve iletişim becerilerinin geliştirilmesiyle sağlanabilmektedir (Russo vd, 2019: 1315).

Bireysel düzeyde yetkilendirme, kişinin kimliğini ve özgüvenini yeniden keşfettiği ve "hayatını kendi eline aldığı" süreçlerle ilgilidir (Delespaul et al., 2016). Hastanın güçlendirilmesi, hastaların bilgi, beceri ve ihtiyaçlar konusunda farkındalık geliştirmelerine yardımcı olacak bir süreçtir. Bu süreç, hastaların amaçlarını tanımlamalarına, tıbbi tedavilerinin sorumluluğunu almalarına ve özerkliklerini artırmalarına katkıda bulunur. Bunun sonucunda problem çözme yetenekleri gelişir, sağlık profesyonelleriyle sağlıklı iletişim kurabilirler ve sağlığı geliştirici faaliyetlerde bulunurlar (Feste ve Anderson, 1995).

Özellikle de artık yaşamlarının bir parçası haline gelmiş kronik bir hastalığa sahip bireylerin güçlendirilmesi, güçlendirmenin yaşam kalitesi üzerindeki etkilerinden ötürü ayrıca önem arz etmektedir. Sağlıkla ilgili yaşam kalitesi fiziksel, fizyolojik ve sosyal işlevsellik olmak üzere en az üç genel alanı içeren çok boyutlu bir yapıdır. Bu yapı, deneyimi yaşayanların bakış açısıyla bilişsel faktörlerin aracılık ettiği objektif ve sübjektif alt boyutları barındırmaktadır. Sağlıkla ilgili yaşam kalitesi hastalık, sakatlık, tedavi ya da politikalardan etkilenen eksiklikler, fonksiyonel durumlar, algılar veya sosyal fırsatların düzenlenmiş olduğu yaşam sürecine atanmış değeri ifade etmektedir (Megari, 2013). Wilson ve Cleary (1995) tarafından geliştirilen sağlıkla ilişkili yaşam kalitesi kavramsal konseptine göre fizyolojik değişkenler semptomlara kaynaklık etmekte, semptomlar da fonksiyonel sağlık aracılığıyla genel sağlık algısını, dolayısıyla sağlıkla ilişkili genel yaşam kalitesini etkilemektedir. Kronik hastalıkların yaygınlaşması ve getirdiği yükün artmasıyla birlikte kronik hastalıklarda yaşam kalitesinin ve belirleyici faktörlerinin sıklıkla değerlendirildiği görülmektedir.

II. YÖNTEM

Bu çalışmada hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemek ve hastaların yaşam kalitesini etkileyen faktörleri değerlendirmek amaçlanmaktadır. 2018 yılı sağlık istatistikleri yılına göre Türkiye’de tüm ölüm nedenleri arasında bulaşıcı olmayan hastalıkların payı %87,5’tir. Bu hastalıkların içerisinde ise habis urlardan sonra ilk üç sırada dolaşım sistemi hastalıkları, kronik alt solunum yolu hastalıkları ve diyabet tiroid gelmektedir. Yürütülen bu çalışmada bu ana tanuları temsilen astım, diyabet, koah, tiroid ve kalp rahatsızlığı olan hastalara bu hastalığa sahip bireylerin en sık başvuracağı poliklinikler olan dahiliye, göğüs hastalıkları, kardiyoloji ve genel cerrahi birimlerinde ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamına bir üniversite hastanesinde 5 Şubat-25 Mayıs 2018 tarihleri arasında söz konusu polikliniklere başvuran ilgili hastalığa sahip kişiler dahil edilmiştir. Veri toplama aracı olarak Small (2012) tarafından geliştirilen, Kaya ve Işık (2018) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılan hasta güçlendirme ölçeği kullanılmıştır. Orijinalinde 47 sorudan oluşan ölçek Kaya ve Işık (2018) tarafından yürütülen doğrulayıcı faktör analizi neticesinde uyum iyiliği kabul edilebilir düzeyde olan 37 ifadeye indirgenmiştir. Bu çalışmada da 37 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Hastaların yaşam kalitesi ise The Euro Qol Group tarafından geliştirilmiş olan EQ-5D 5L ölçeğinin Hollanda ağırlıkları ile uygulanması ile değerlendirilmiştir. Rastgele örneklem seçiminin uygulandığı bu çalışmada hastaların tanımlayıcı özellikleri araştırmacılar tarafından hazırlanan form aracılığı ile temin edilmiştir. Toplamda 515 hastadan kullanılabilir anket formu elde edilmiştir.

Kullanılan veri setinin normal dağılıma uygunluk gösterip göstermediği çarpıklık ve basıklık katsayıları aracılığıyla kontrol edilmiş ve bu değerlerin ± 2 aralığında kaldığı görülmüştür. Bu nedenle normal dağılım gösteren veri seti için parametrik testler tercih edilmiştir. Çalışma kapsamında hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile incelenmiştir. Hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi skorlarının yaş grupları ve kronik hastalık türü açısından değerlendirmesi Çift Yönlü Manova analizi ile yapılırken cinsiyet açısından değerlendirme Independent Sample T testi ile gerçekleştirilmiştir. Hastaların yaşam kalitesini etkileyen faktörlerin değerlendirmesi için doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır.

III. BULGULAR

Çalışmaya dahil edilen bireylerin yaş, cinsiyet ve sahip olduğu kronik rahatsızlık türünü tanımlayan istatistikler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1.
Hastaların tanımlayıcı özellikleri

Yaş	Sayı	%
30 ve altı	69	13,4
31-50	147	28,5
51-70	243	47,2
71-90	56	10,9
Cinsiyet	Sayı	%
Kadın	332	64,5
Erkek	183	35,5
Kronik Hastalık Türü	Sayı	%
Astım	112	21,7
Diyabet	152	29,5
KOAH	66	12,8
Tiroid	99	19,2
Kalp	86	16,7

Çalışma kapsamında değerlendirilen hastaların büyük çoğunluğu kadınlardan oluşmaktadır. Yaş gruplarına göre dağılım incelendiğinde ise yarıya yakın bir yoğunluğun 51-70 yaş aralığında toplandığı görülmektedir. Diyabet ve astım hastalıkları bu hastalar arasında yoğunluğun en fazla olduğu kronik hastalık türleridir.

Tablo 2.
Hasta güçlendirme ölçeğine ve alt boyutlarına ilişkin değerler

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart sapma
Güçlendirme genel toplam	56,00	185	130,18	25,85
Kimlik özdeşleştirme	1,13	5,00	3,55	0,88
Kişisel kontrol	1,43	5,00	3,47	0,78
Karar alma	1,50	5,00	3,60	0,83
Bilme ve anlama	1,50	5,00	3,38	0,77
Başkaları ile etkileşim	1,00	5,00	3,60	0,98

Toplamda en düşük 37 en yüksek 185 puana sahip olunabilen hasta güçlendirme ölçeğinin uygulandığı hastalarda minimum 56 maksimum 185skoru hesaplanmıştır. Ölçeğin uygulandığı hastaların ortalama skoru ise 130,18 olarak gerçekleşmiştir. Ölçeğin alt boyut ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamaya başkaları ile etkileşim ve karar alma boyutunun; en

düşük ortalamaya ise bilme ve anlama boyutunun sahip olduğu görülmektedir. Tablo 2'deki hasta güçlendirmenin alt boyutlarına ilişkin minimum ve maksimum değerler o boyutu oluşturan ifadelere 1-5 aralığında verilen yanıtların ortalaması alınarak hesaplanmıştır. Tablodaki değerler bu ortalamalar içerisindeki minimum ve maksimum değerler ile bunların ortalamasını ifade etmektedir.

Tablo 3.

Hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi arasındaki ilişki

Pearson Correlation	QALY	Güçlendirme
QALY	1	0,417
Güçlendirme	0,417	1

$p=0,000$ (Sig. 0,01)

Hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi arasında orta düzeye yakın pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 4.

Cinsiyete göre hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi

Cinsiyet	Yaşam Kalitesi					Hasta Güçlendirme				
	Ort.	Std. sapma	t	df	Sig.(2-tailed)	Ort.	Std. sapma	t	df	Sig.(2-tailed)
Kadın	0,61	0,29	-1,45	513	0,147	3,55	0,72	0,913	488	0,362
Erkek	0,65	0,27				3,49	0,68			

Ort.=Ortalama, Std.=Standart.

Yaşam kalitesi ve hasta güçlendirme skorlarının cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği T-testi analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucu elde edilen bulgura göre istatistiksel olarak cinsiyet değişkeni yaşam kalitesi ve hasta güçlendirme skoru açısından anlamlı bir farklılık yaratmamaktadır. Hasta güçlendirmenin alt boyutları açısından yapılan analizlerde de cinsiyet değişkeninin herhangi bir alt boyut ortalamasında anlamlı bir farklılık yaratmadığı görülmüştür.

Tablo 5.

Kronik hastalık türü ve yaş grupları açısından hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi skorlarının değerlendirilmesi

	Bağımlı Değişken	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	P	Kısmi Eta Kare
Düzeltilmiş model	Hasta güçlendirme	35957,653	19	1892,508	3,132	,000	,107
	Yaşam kalitesi	6,846	19	,360	5,521	,000	,175
Intercept	Hasta güçlendirme	2798475,505	1	2798475,505	4631,016	,000	,903
	Yaşam kalitesi	64,577	1	64,577	989,480	,000	,667
Kronik hastalık türü	Hasta güçlendirme	7275,939	4	1818,985	2,830	,024	,022
	Yaşam kalitesi	1,404	4	,351	4,743	,001	,036
Yaş grupları	Hasta güçlendirme	16744,450	3	5581,483	9,236	,000	,053
	Yaşam kalitesi	3,616	3	1,205	18,466	,000	,101
Kronik hastalık*yaş grupları	Hasta güçlendirme	9662,095	12	805,175	1,332	,196	,031
	Yaşam kalitesi	,497	12	,041	,635	,813	,015
Hata	Hasta güçlendirme	299123,411	495	604,290			
	Yaşam kalitesi	32,306	495	,065			
Toplam	Hasta güçlendirme	9124323,242	515				
	Yaşam kalitesi	242,494	515				
Düzeltilmiş Toplam	Hasta güçlendirme	335081,063	514				
	Yaşam kalitesi	39,152	514				

Yürütülen çift yönlü manova analizinde Box's test ile kovaryans matrislerinin eşitliği ($p>0,05$) doğrulanmıştır. Analiz neticesinde elde edilen bulgulara göre hastaların sahip olduğu kronik hastalık türü ve yaş grupları, hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi skorları üzerinde istatistiki olarak anlamlı farklılık yaratmaktadır. Bu farklılığın hangi alt gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Bonferroni ve Tamhane post hoc testlerine başvurulmuştur. Dört yaş grubu arasında da yaşam kalitesi ortalamaları açısından anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Yaş grupları hasta güçlendirme açısından incelendiğinde ise 30 ve altı yaş grubu ile 31-50 yaş

grubu arasında, 51-70 yaş grubu ile de 71-90 yaş grubu arasında fark olmadığı, diğer yaş grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur.

Hastalık türleri açısından güçlendirme skorunda farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığına bakıldığında farklılığın Tiroid ve KOAH grupları arasında olduğu tespit edilmiştir. Yaşam kalitesi açısından ise farklılığın hem Tiroid ve KOAH hastaları arasında hem de Diyabet ve KOAH hastaları arasında olduğu görülmüştür.

Tablo 6.
Hasta güçlendirme, yaş ve cinsiyet değişkenlerinin yaşam kalitesi üzerine etkisi

	Std. katsayılar		Std. katsayılar	t	Sig	Tolerans	VIF
	B	Standart hata	β				
Hasta güçlendirme	0,004	0,000	,340	8,547	0,000	0,924	1,082
Cinsiyet	0,051	0,022	,088	2,305	0,022	0,998	1,002
Yaş	-0,005	0,001	-0,287	-7,218	0,000	0,924	1,083
$R= 0,505$		$R^2= 0,255$	$Düzeltilmiş R^2= 0,251$	$Durbin$	$Watson=$	1,592	
<i>Std.=Standartlaştırılmış</i>							

Çalışma kapsamında yaşam kalitesine etki edebilecek değişkenlerin tahmini için çoklu doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Modele dahil edilen değişkenler arasında sorun teşkil edecek bir çoklu korelasyon bulunmamaktadır ($VIF < 10$ ve $Tolerans > 0,2$). Hasta güçlendirme, cinsiyet ve yaş değişkenlerinin yaşam kalitesi üzerinde anlamlı etkisi bulunmaktadır. Bu üç değişken birlikte yaşam kalitesindeki değişimin % 25'lik kısmını açıklayabilmektedir. Standartlaştırılmış regresyon katsayılarına göre incelenen değişkenlerin yaşam kalitesi üzerindeki görece önem sırası hasta güçlendirme ($\beta=0,340$), yaş ($\beta = -0,287$) ve cinsiyet ($\beta =0,088$) şeklinde gerçekleşmiştir.

IV. TARTIŞMA VE SONUÇ

Güçlendirme, insanların davranışlarını değiştirmelerine ve sağlıklarına ilişkin kararlar almalarına yardımcı olan bir vizyondur. Yaşam kalitesini etkileyen bir müdahale, teknik veya stratejiden daha fazlasını ifade etmektedir (Tol et al., 2015). Sağlık hizmetlerinin sunum süreçlerinde yaşanan değişimler zaman içerisinde hizmet sunan ve alanların rollerinde

ve bu rolleri yerine getirme biçimlerinde farklılıklar yaratmıştır. Hasta güçlendirme kavramı ortaya çıkan bu değişimlerin sonuçlarından birisidir. Kronik hastalıkların yükünün artması, yaşlanma, terminal dönem bakımı, daha sağlıklı yaşam biçimlerinin teşvik edilmesi ihtiyacı ve kompleks durumlara sahip insanların bakımının koordine edilmesindeki zorluklar hasta güçlendirmenin önem ve gerekliliğini gün yüzüne çıkarmıştır (All Party Parliamentary Groups on Global Health, 2014).

Bu çalışmada kronik hastalığı olan bireylerde hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemek ve yaşam kalitesi üzerinde etkili olan faktörleri belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmaya dâhil edilen hastalar hasta güçlendirme ölçeğinden 130,18 ortalama skor elde etmişlerdir. Hastalar ölçeğin alt boyutlarından en yüksek ortalama skoru başkaları ile etkileşim ve karar alma boyutlarından elde ederken, en düşük ortalama skoru ise bilme ve anlama boyutundan elde etmişlerdir. Hastaların başkalarıyla etkileşim boyutundan aldıkları yüksek puan benzer durumdaki diğer hastaların hastalıklarıyla başa çıkmalarına yardımcı olmaya çalıştıklarını gösterirken, karar alma boyutundan elde ettikleri yüksek puan tedavi ile kararlara aktif katıldıkları ve gerekli durumlarda tedavi seçeneklerini değiştirebilecekleri konularında diğer boyutlara göre daha yetkin olduklarını göstermiştir. Karar alma ve başkaları ile etkileşim yetkinlikleri yüksek olsa bile bilme ve anlama boyutundan aldıkları düşük skor ortalaması yanlış karar alabileceklerini ve bu yanlış kararlar ile başkalarının davranışlarını yanlış yönlendirebileceklerini göstermektedir.

Çalışma kapsamında yaş gruplarının yaşam kalitesi ve hasta güçlendirme skorları üzerinde fark oluşturduğu görülmüştür. Yaş gruplarına göre en yüksek yaşam kalitesi ve hasta güçlendirme skoru en genç grupta ortaya çıkmıştır. Yaş arttıkça hem yaşam kalitesi hem de hasta güçlendirme skorlarında düşüş olduğu gözlemlenmiştir. Yaş grupları ile yaşam kalitesi ve hasta güçlendirme skoru ortalamalarının farklılık gösterip göstermediği incelemesi sonucunda gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Yaşın yaşam kalitesini etkileyen faktörlerden biri olduğunu belirten Boylu ve Paçacıoğlu (2016) 65 ve üzerinde yaşa sahip kişilerde sağlığın kötü algılanması veya herhangi bir kronik hastalığa sahip olunmasının yaşam kalitesini olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Bu sonucun araştırmaya dâhil edilen hasta grubunun kronik hastalığa sahip olan hastalar olmasından dolayı belli bir yaş üstünde olmaları ve eğitim seviyelerinin düşük olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca tedavi geçmişlerinin büyük çoğunlukta 2 yıl ve altında olmasından ötürü hastaların hastalıklarıyla ilgili yetersiz bilgiye sahip olması da bu sonucu etkilemiş olabilir. Hastaların yaşlı olmasının sağlık

okuryazarlıklarının da düşük olmasına dolayısıyla hastalıklarını kendi başlarına yönetememelerine ve yaşam kalitesinde düşüşe neden olduğu düşünülmektedir. Çimen ve Temel (2017) yaş değişkeninin sağlık okuryazarlığının istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısı olduğunu ifade etmiş, yaşlı bireylerde sağlık okuryazarlığının daha düşük olduğunu belirtmiştir.

Bu çalışmada hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi skorlarının cinsiyete göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Hasta güçlendirme ölçeğinin alt boyutlarında da benzer sonuç elde edilmiştir. Small ve arkadaşları (2013) yaptıkları çalışmada benzer şekilde cinsiyet ile hasta güçlendirme arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Kronik hastalığın türüne göre hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi skor ortalamaları arasında ise anlamlı farklılıklar olduğu bulunmuştur. Yaşam kalitesi en yüksek olan hastalık grubu tiroid olurken en düşük grubu KOAH hastaları oluşturmaktadır. Hasta güçlendirme ile kronik hastalıklar arasında da yaşam kalitesi ile aynı sonuçlar elde edilmiştir. Hasta güçlendirme skorunda en yüksek ortalamaya tiroid hastaları, en düşük ortalamaya ise KOAH hastaları sahiptir. Hasta güçlendirmede farkı oluşturan gruplar tiroid ve KOAH iken, yaşam kalitesinde ise KOAH ve diyabet hastalarıdır. KOAH dünya genelinde prevalansı yüksek olan ve insanların yaşam kalitesini etkileyen hastalıklardan biridir (Tabari et.al., 2018). Bu yüzden hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi skor ortalamalarının düşük olması beklenen sonuçlardandır. Bu sonuç aynı zamanda güçlendirilmeye en çok ihtiyacı olan hastaların KOAH'a sahip hastalar olduğu sonucunu göstermektedir. Soy Yiğit ve arkadaşları (2006) KOAH hastalarında yaşam kalitesini SF-36 testi ile değerlendirmiş, bu hastaların yürüme mesafelerinin normalden düşük olduğunu, ölçeğin ağrı boyutu dışındaki tüm alt boyutlarının normalden daha düşük skora sahip olduğunu, hastalığın ilerlemesi ile genel sağlık, fiziksel ve sosyal fonksiyonların düşüş gösterdiğini belirtmiştir.

Hasta güçlendirme ile yaşam kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılan korelasyon analizinde modele dahil edilen değişkenler arasında sorun teşkil edecek bir çoklu korelasyon bulunmadığı ve aralarında orta düzeye yakın pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür ($r = 0,417$, $p < 0,001$). Oluşturulan regresyon modelinde hasta güçlendirme, cinsiyet ve yaş değişkenlerinin yaşam kalitesi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, bu üç değişken birlikte yaşam kalitesindeki değişimin %25'lik kısmını açıklayabildiği sonucuna ulaşılmıştır ($R = 0,505$; $R^2 = 0,255$; Düzeltilmiş $R^2 = 0,25$; Durbin Watson = 1,592). Yaşam kalitesi üzerindeki bu etkide önem sırası hasta güçlendirme ($\beta = 0,340$), yaş ($\beta = -0,287$) ve cinsiyet ($\beta = 0,088$) şeklindedir..

Tabari ve arkadaşları (2018) KOAH'a sahip bireyler üzerinde yaptığı çalışmada aile merkezli güçlendirmenin yaşam kalitesini artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Teymori ve arkadaşları (2017) astımlı hastalar üzerinde yaptığı çalışma sonuçlarına göre güçlendirme ve hastalıkla baş edebilme öz yeterlilik arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, güçlendirmenin öz yeterliliği artırdığını belirtmişlerdir. Raheb ve arkadaşları (2018) bir diyaliz merkezinde hizmet alan hastalar üzerinde yaptıkları çalışmada hastalara güçlendirme eğitimi vermiş, eğitim öncesi ve sonrası hastaların yaşam kalitesinde anlamlı bir artış gözlemlendiği sonucuna varmıştır. Náfrádi ve arkadaşları (2018) yaptıkları çalışmada inceledikleri 10 hasta grubunun 9'unda hasta güçlendirmenin yaşam kalitesi üzerinde etkili olduğunu, sağlık okuryazarlık ve güçlendirme seviyesi yüksek olan hastaların sağlık durumlarının daha iyi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Forlani ve arkadaşları (2006) güçlendirmeyle hastaların bireysel bakımlarında aktif ve etkili olmalarının sağladığını, güçlendirme tabanlı eğitimin kronik hastalığı olan bireylerin normal hayat sürmelerinin bir yolu olduğunu belirtmişlerdir. Literatürde yapılan diğer benzer çalışmalarda da hasta güçlendirmenin sağlık çıktıları üzerinde olumlu değişiklikler meydana getirdiği görülmektedir (Bravo et al., 2015, Yeh et al., 2018, Camerini et al., 2012). Bu çalışmada yaşam kalitesi üzerinde etkisi olabileceğini düşündüğümüz yaş, cinsiyet ve hasta güçlendirme değişkenlerinin yaşam kalitesi üzerinde orta düzeyde etkisinin olduğu gözlemlenmiştir. Literatürdeki çalışmalar hasta güçlendirmenin yaşam kalitesi üzerinde olumlu değişiklikler meydana getirdiğini göstermektedir. Bu çalışmada ortaya çıkan orta düzeyde etkinin seçilen birçok kronik hastalığın bir arada incelenmesinden dolayı olabileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak hasta güçlendirmenin yaşam kalitesi üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmada, literatürle paralel olarak aralarında ilişki olduğu (orta düzeyde), yaş ile hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi arasında ters ilişki olduğu, cinsiyetin hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi üzerinde etkili olmadığı, kronik hastalık türünün ise hem yaşam kalitesini hem de hasta güçlendirme üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda hasta güçlendirmenin yaşam kalitesini artırdığı ve bu yüzden hasta güçlendirme çalışmalarının artırılması gerektiği, ileri yaşlarda düşen hasta güçlendirme skoruna yönelik çalışmaların yapılması, kronik hastalıklara hasta güçlendirme tekniklerinin uygulanmasının yaşam kalitesini artıracağı düşünülmektedir.

Sağlık okuryazarlığının ve hasta aktif katılımının kişinin algıladığı sağlık statüsüne pozitif katkıları göz önünde bulundurulduğunda bu unsurların hasta güçlendirme ve yaşam kalitesi üzerinde önemli etkilerinin

olduğu görülmektedir. Bu nedenle özellikle de kronik hastalığa sahip belirli yaşın üzerindeki bireylerin kendi sağlık durumunu anlayabileceği ve hastalıklarına ilişkin şikâyetlerini ifade edebilecekleri şekilde güçlendirilmeleri, yaşam kalitesini düşürmeden başarılı şekilde yaşlanmalarına katkı sağlayacak eğitsel uygulama ve danışmanlıkların hayata geçirilmesi önerilmektedir. Hasta güçlendirme programlarının uygulanması hastayı kendi hastalığının yönetimi konusunda daha yetkin hale getirecek ve sağlık kuruluşlarına olan bağılıklarını azaltmaya yardımcı olacaktır. Özellikle de kronik hastalıklarda bu durum hastanın kendini daha güvende ve öz kontrole sahip hissetmesini sağlayacaktır. Sağlık profesyonellerinin hastalarla kendi sağlıkları için paternalist yaklaşımdan vazgeçerek onlarla motive edici görüşmeler yapması hasta otonomisi üzerinde önemli katkılar ve daha yüksek hasta tatmini sağlayacaktır.

Makro düzeyde sağlık politikalarının amacı sadece hastaların sağlık hizmetlerine sadece erişimi kolaylaştıracak şekilde tasarlanması olmamalıdır. Aynı zamanda hastaların bu süreçlerin önemli bir parçası olmalarını sağlayacak şekilde düzenlenmesi, hastaların haklarını daha iyi bilmelerini sağlayacak, kendi durumlarıyla ilgili soru sormaya cesaretlendirecek, sağlık okuryazarlık düzeyini yükseltecek, hizmet sunan sağlık personelinin de empatik bir eğilimle hastayı anlaması ve süreçte daha etkin katılımını sağlayacak düzenlemelerin gerçekleştirilmesi faydalı olacaktır. Bu nedenle hasta-hekim iletişimde hastanın bireysel tercihlerinin olası fayda ve riskleri hekim tarafından anlaşılır şekilde aktarılmalıdır. Ayrıca bundan sonra yapılacak çalışmalarda evrenin genişletilerek hasta sayılarının ve kronik hastalık sayısının artırılması konusunda geniş çaplı yorumlanabilir sonuçlar verebileceği düşünüldüğünden dolayı konu üzerinde çalışacak araştırmacılara önerilmektedir.

Kaynakça

- Alden, D. (2014). Associated with Patient Empowerment Prior to Cancer Treatment Decision Making, *Medical Decision Making*, 34(7): 884-98.
- All Party Parliamentary Groups on Global Health; HIV/AIDS; Population Development and Reproductive Health; Global Tuberculosis; and Patient and Public Involvement in Health and Social Care. (2014). Patient Empowerment: for Better Quality, More Sustainable Health Services Globally.
- Barr, P.J., Scholl, I., Bravo, P., Faber, M.J., Elwyn, G. ve McAllister, M. (2015). Assessment of Patient Empowerment-A Systematic Review of Measures, *PLoS ONE* 10(5): e0126553. doi:10.1371/journal.pone.0126553

- Boylu, A.A. ve Paçacıoğlu, B. (2016). Yaşam Kalitesi Göstergeleri, *Journal of Academic Researches and Studies*, 8(15):137-150.
- Bravo, P., Edwards, A., Barr, P.J., Scholl, I., Elwyn, G. ve McAllister, M. (2015). Cochrane Health Care Quality Research Group, Conceptualising Patient Empowerment: A Mixed Methods Study, *BMC Health Services Research*, 15:252.
- Camerini L., Schulz P. ve Nakamoto K. (2012). Differential Effects of Health Knowledge and Health Empowerment Over Patients' Self-Management and Health Outcomes: A Cross-Sectional Evaluation, *Patient Education and Counseling*, 89:337-344.
- Çimen, Z. ve Temel, A. B. (2017). Kronik Hastalığı Olan Yaşlı Bireylerde Sağlık Okuryazarlığı ve Sağlık Algısı İlişkisi ve Sağlık Okuryazarlığını Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi, *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 33(3):105-125.
- Delespaul, P., Milo, M., Schalken, F., Boevink, W., Van Os, J., ve Goede, G.G.Z. (2016). Nieuwe Concepten, Aangepaste Taal, Verbeterde Organisatie. *Diagnosis Uitgevers, Amsterdam*.
- Feste, C. ve Anderson, R.M. (1995). Empowerment: From Philosophy to Practice. *Patient Educ Couns*. 26(1-3):139-44.
- Forlani, G., Zannoni, C., Tarrini, G., Melchionda, N. ve Marchesini, G. (2006). An Empowerment-Based Educational Program Improves Psychological Well-Being and Health-Related Quality of Life in Type 1 Diabetes, *Journal of Endocrinological Investigation*, 29:405-412.
- Kaya, N. ve Işık, O. (2018). Hasta Güçlendirme Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirliği, *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 6(1):21-42. doi: 10.22139/jobs.403021.
- McAllister, M., Dunn, G., Payne, K., Davies, L. ve Todd, C. (2012). Patient Empowerment: The Need to Consider It as A Measurable Patient-Reported Outcome for Chronic Conditions. *BMC Health Services Research*, 12:157.
- Megari, K. (2013). Quality of Life in Chronic Disease Patients. *Health Psychology Research*, 1(3):1-20.
- Náfrádi, L., Nkamoto, K., Csabai, M. ve Papp-Zipernovszky, O. (2018). An Empirical Test of the Health Empowerment Model: Does Patient Empowerment Moderate the Effect of Health Literacy on Health Status?, *Patient Education and Counseling*, 101:511-517.
- Perkins, D. ve Zimmerman, M. (1995). Empowerment Theory, Research and Application, *AmJ Community Psychol*, 23(5):69-79.
- Russo, G., Tartaglione, A.M., ve Cavacece, Y. (2019). "Empowering Patients to Co-Create A Sustainable Healthcare Value, *Sustainability* 2019, 11, 1315; doi:10.3390/su11051315. www.mdpi.com/journal/sustainability.

- Raheb, G., Kazemi, S.V., Alipour, F., Hosseinzadeh, S. ve Teymouri, R. (2018). Effectiveness of Self-Care Training Program Based on Empowerment Model on Quality of Life among Hemodialysis Patients in the City of Sari, Iran. *Middle East Journal of Family Medicine*, 1;7(10):16.
- Schulz, P.J. ve Nakamoto, K. (2011). "Bad" Literacy, The Internet, and The Limits of Patient Empowerment. In: AAAI Spring Symposium Series: Artificial Intelligence & Health Communication, 65-69.
- Small, N.L. (2012), Patient Empowerment in Long-Term Condition: Development and Validation of A New Measure. Unpublished Phd Thesis, Manchester, University of Manchester.
- Small, N., Bower, P., Chew-Graham, C.A., Whalley, D. ve Protheroe, j. (2013). Patient empowerment in long-term conditions: development and preliminary testing of a new measure. *BMC Health Serv Res* 13, 263. <https://doi.org/10.1186/1472-6963-13-263>
- Soyyigit, Ş., Erk, M., Güler, N., ve Kılınç, G. (2006). Kronik Obstrüktif Akciğer Hastalığında Yaşam Kalitesinin Belirlenmesinde SF-36 Sağlık Taramasının Değeri, *Tüberküloz ve Toraks Dergisi*, 54(3):259-266.
- Tabari, F., Pedram Razi, S.H., Asadi Gharabaghi, M., Torabi, S., Mehran, A., Mohamadinejad, F., Amini, F., Abbaszadeh, R. ve Rezaie Zivlaei, M. (2018). Effect of Education Based on Family-Centered Empowerment Model on The Quality of Life of Elderly Patients With Chronic Obstructive Pulmonary Disease (COPD). *Medical Science*, 22(91):301-311.
- Teymori, F., Alhani, F. ve Kazemnejad, A. (2017). The Effect of Family-Centered Empowerment Model on Self-Efficacy and Self-Esteem of The Children Eith Asthma, *Preventive Care in Nursing & Midwifery Journal*, 7(1): 18-26.
- Tol, A., Alhani, F., Shojaezadeh, D., Sharifirad, G., ve Moazam, N. (2015). An Empowering Approach to Promote the Quality of Life and Self-Management among Type 2 Diabetic Patients. *Journal of Education and Health Promotion*, 4(13):1-27.
- Wilson, I.B. ve Cleary, P.D. (1995). Linking Clinical Variables with Health-Related Quality of Life: A Conceptual Model of Patient Outcomes. *J AmMedAssoc*, 273:59-65.
- World Health Organization, Regional Office for Europe. (2013) Health 2020 Policy Framework and Strategy Document; WHO: Geneva, Switzerland.
- Yeh, M.Y., Wu. S.C. ve Tung, T.H. (2018). The Relation Between Patient Education, Patient Empowerment and Patient Satisfaction: A Cross-Sectional-Comparison Study, *Applied Nursing Research*, 39:11-17.

THE RELATIONSHIP OF PATIENT EMPOWERMENT AND LIFE QUALITY

EXTENDED ABSTRACT

Throughout human history, all societies have worked on protecting human life, extending life expectancy and life expectancy at birth. These studies have led to improvements in areas such as healthy lifestyle, environmental health, and the fight against harmful substances, which are closely related to the subject, especially health services. As a result of all this, the average life expectancy and life expectancy at birth have increased in many societies worldwide, especially in the last century. While it is an desired status that the average life expectancy is increasing, it also brought some problems. The proportion of elderly population formed by the increase in the average life expectancy made studies specific to this area necessary. The provision of health services for the elderly is at the top of these studies. Another field of study is the care needs of individuals with chronic diseases that appear with increasing old age. Increasing the life time has led to an increase in chronic disease rates. Long-term care and continuous use of medicines require large financial resources in the management of chronic diseases. Countries searched differently for the financial burden of chronic diseases in health systems. It is stated that the best solution for these studies, whose main purpose is to provide sustainability in healthcare services, is patient-centered care and empowerment of patients to participate in treatment.

Patient empowerment can be explained as informing individuals about their diseases and treatments and enabling them to participate in their treatment. In order for the patient to participate in the treatment, person must have general health information (health information literacy), which is called health literacy, to access the information needed about health, to understand, evaluate and use this information to improve health. The second thing that needs to be done to ensure that the individual with health literacy is included in the treatment is to increase the level of knowledge about the disease, treatment type and healthy lifestyle with this disease. The first step of this stage is to have information about the disease that the person has. The individual who knows about the disease will know what the symptoms of the disease are and will be able to interpret the state of health. The second step of this stage is to have information about the treatment of the disease it has. An individual who is knowledgeable about the treatment of his disease will be able to contribute individually to the treatment as soon as he feels the symptoms of the disease. The third step of this phase is to provide a healthy

lifestyle. In this step, it is ensured that the person can continue his life with the highest possible quality with the disease person has. It is stated that individuals who have sufficient knowledge about the disease and who can participate individually in treatment lead a better life quality compared to individuals who do not have this competence. Therefore, patient empowerment is expressed as the solution of the density and economic burden on health systems in the world. With patient empowerment, individuals will have information about their diseases, treatment modalities and diseases, and continuing their lives and will apply to health institutions when they really need it.

In this study, it was aimed to determine the relationship between patient empowerment and life quality and the factors affecting patients' life quality. For this purpose, a group of patients with chronic disease was interviewed to include them in the study. These patients were selected from patients who applied to a university hospital in February and March 2018. While determining the patients, applying to the outpatient clinic in the internal medicine, chest diseases, cardiology and general surgery units and being chronic patients were used as the criterion to include in the research. Patients with chronic disease, asthma, diabetes, chronic obstructive pulmonary disease (copd), patients with thyroid and heart disease were included in the study. The data of the research were collected with a questionnaire form. The questionnaire form consisting of three parts was applied to the individuals included in the research. The first part of the questionnaire includes descriptive features, chronic diseases and questions about the outpatient clinic they apply to. In the second part of the survey, there is a patient empowerment scale developed by Small (2012) and whose validity and reliability in Turkish was performed by Kaya and Işık (2018). The scale, which was originally composed of 47 expressions, was reduced to 37 expressions whose goodness of fit was acceptable as a result of the confirmatory factor analysis conducted by Kaya and Işık (2018). In the second part of the questionnaire, a 37 item scale was used. In the third part of the survey, the Dutch model of the EQ-5D 5L scale developed by The Euro Qol Group was used to measure the life quality of patients. This model consists of five dimensions and 25 expressions. The patients to be included in the study were selected by random sampling method. The first of the analyzes made using the data obtained was made for the relationship between patient empowerment and life quality. The relationship between patient empowerment and life quality was examined by Pearson correlation analysis. In the second analysis, the evaluation of patient empowerment and life quality scores in terms of age groups and type of chronic disease were

examined with the Duplex Manova analysis. In the third analysis, the relationship between patient empowerment and life quality scores and gender was examined with the independent sample T test. Linear regression analysis was used to evaluate the factors that affect the life quality of the final analysis patients.

In this study, which was conducted to examine the relationship between patient empowerment and life quality in individuals with chronic disease and to determine the factors affecting life quality, patients obtained an average score of 130.18 from the patient empowerment scale. As a result of the analysis, a negative relationship was found between age, life quality and patient empowerment. The highest life quality and patient empowerment score by age groups appeared in the youngest group. In another analysis in which patient empowerment and life quality scores were examined by gender, it was concluded that patient empowerment and life quality scores did not differ by gender. Significant differences were found between patient empowerment and life quality score averages according to the type of chronic disease. While the disease group with the highest life quality is thyroid, COPD patients constitute the lowest group. The same results were obtained between patient empowerment and chronic diseases as well as life quality. Thyroid patients had the highest average in the patient empowerment score, and COPD patients had the lowest average. The groups that make the difference in patient empowerment are thyroid and COPD, whereas life quality is COPD and diabetes patients. In the correlation analysis conducted to examine the relationship between patient empowerment and life quality, there was no multiple correlation between the variables included in the model and there was a moderately positive correlation between them ($R = 0,505$; $R^2 = 0,255$; Adjusted $R^2 = 0,251$ Durbin Watson = 1.592). In the regression model, it was concluded that patient empowerment, gender and age variables had a significant effect on life quality, and these three variables could explain 25% of the change in life quality together.

Considering the positive contributions of health literacy and patient active participation to the health status perceived by the person, these elements have important effects on patient empowerment and life quality. For this reason, it is recommended to strengthen individuals with a chronic disease over a certain age so that they can understand their own health status and express their complaints about their illnesses, and to implement educational practices and counseling that will contribute to their successful aging without reducing the life quality.

Key Words: Chronic Illness, Patient Empowerment, Life Quality

OTEL ÇALIŞANLARININ İŞ TANIMLARI KONUSUNDAKİ FARKINDALIKLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Oğuz TÜRKAY

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi
turkay@subu.edu.tr

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-0752-6799

Murat EREN

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, LEE, Turizm İşl. YLS Öğrencisi
murateren81219@gmail.com

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-5247-924X

Otel
Çalışanlarının İş
Tanımları
Konusundaki
Farkındalıkları
Üzerine Bir
Araştırma

115

ÖZ

Amaç: Otel çalışanlarının yeterli ve net iş tanımları ile yönlendirilmeleri İKY bölümlerinin verimliliğini artırmakta, çalışanın ve işletmenin performansına etki etmektedir. Bu çalışma otel işgörenlerinin iş tanımlarını bilme durumlarını çok boyutlu bir perspektiften incelemeyi amaçlamaktadır.

Yöntem: Nitel yönetime uygun olarak, açık uçlu sorulardan oluşan bir form aracılığıyla 166 çalışandan veri elde edilmiştir. Analiz aşamasında karma yönetime uygun davranılmıştır.

Bulgular: Otel çalışanlarının önemli bir kısmının iş tanımı kavramını bilmediği, daha büyük kısmının ise kendi iş tanımını da bilmediği tespit edilmiştir. İş tanımı kavramını bilmeyenlerle kendi iş tanımını bilmeyenler önemli oranda aynı kişilerdir. Dolayısıyla, iş tanımını bilmeme hem kişisel hem de işletmelerde İKY uygulamalarının eksikliği ile ilgili olabilir. Çalışanlar, işletmelerinin kendilerinden beklentilerini müşteri odaklı bir bakışla anlamlandırmaktadır. En kritik iş gereklilikleri olarak iletişim becerisi ve yabancı dil öne çıkmaktadır. İşlerinin en sevilen yanı olarak iletişim ve en sevilmeyen yanı olarak müşterinin olumsuz tutumları beyan edilmektedir. İşletmeleri için oynadıkları en kritik roller ise müşteri memnuniyeti sağlamak ve iç süreçler-rutinini takibi olarak algılanmaktadır.

Sonuç: Otel İKY yetkililerinin iş tanımları konusundaki belirsizliği gidermesi gerekmektedir. İş tanımları netleştirilmeli, çalışanların kendi iş tanımlarını bilmesi sağlanmalıdır. İKY süreçlerinin hayata geçirilmesinde otellerdeki iş yoğunluğunun engelleyici özelliği ile baş edilmeye çalışılmalı ve bu kapsamda çözümler geliştirilmelidir.

A RESEARCH ON AWARENESS OF HOTEL EMPLOYEES ON JOB DESCRIPTION

Abstract

Aim: Directing hotel employees with sufficient and clear job descriptions increases the efficiency of HRM departments and affects the performance of the employee and the enterprise. This study aims to examine the knowledge of job descriptions of hotel employees from a multi-dimensional perspective.

Method: In accordance with the qualitative method, data were obtained from 166 employees through a form of open-ended questions. In the analysis phase, mixed method was applied.

Findings: Findings reveal that a significant part of the hotel employees do not know the concept of job description, while more of them do not know their job description. Those who do not know the concept of job description and those who do not know their job description are significantly the same people. Therefore, not knowing the job description may be result of both the personal lack of the employee and the lack of HRM practices in businesses. The perceptions of employees about the expectations of their businesses from them reveal a customer-oriented meaning. Communication skills and foreign languages stand out as the most critical job specifications. Communication is declared as the most favorite part of their business and negative attitudes of the customer are declared as the most disliked part. The most critical roles they play for their business are perceived as providing customer satisfaction and follow-up the internal processes and routine.

Results: Hotel HRM officials should clear the uncertainty about job descriptions. Job descriptions should be clarified and employees should be aware of their job descriptions. In the implementation of HRM processes, it should be tried to cope with the preventive feature of the work density in the hotels and solutions should be developed within this scope.

Keywords: Job description, job specifications, job satisfaction, hotel employee

I. GİRİŞ

Hizmet üreten işletmelerde performans büyük oranda hizmet sürecine dâhil olan çalışanların tutum ve çabalarına bağlıdır. İnsan unsurunun verimliliği ise –özellikle otel işletmelerinde- İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY) uygulamalarının verimliliği ile ilişkilidir (Chand ve Katou, 2007). İnsan kaynakları yönetimi; işletmenin rekabet şartlarında başarıya ulaşmak adına gereksinim duyduğu nitelikte ve sayıda çalışana elde etmesi,

bu çalışanları işletmeye bağlı şekilde ve işletme amaçlarına dönük olarak motive edilmiş şekilde harekete geçirmesi ile ilgili bütün yönetsel uygulamaları kapsamaktadır (Bingöl, 2010). Bu uygulamalar; iş analizi, insan kaynakları planlaması, işgören seçimi, eğitim, performans değerlendirme, ücretlendirme ve sendikal ilişkiler uygulamalarıdır (Karacan ve Erdoğan, 2011). Otellerde İKY'nin en bilinen işlevlerinden birisi de iş analizlerini gerçekleştirmek ve iş tanımlarını ortaya koymaktır (Akoğlan Kozak, 2009). İş analizi, işin kapsamı ve niteliği, süreç ve adımları, genel özellikleri, iş ortamının özellikleri, çevre koşulları, çalışacak kişide gerekli fiziksel ve psikolojik durum, eğitim ve tecrübe gibi yeterlilikler ve gerekli yeteneklerin tespit edilmesi sürecidir (Karacan ve Erdoğan, 2011). Bu süreç sonunda belirlenen iş tanımı ve iş gereklilikleri hem çalışanın işini nasıl yapacağını belirleyerek ona yol gösterir, hem de çalışacak kişide gerekli özellikleri ortaya koyarak İKY yetkililerinin kadrolamada temel alacağı bilgileri ortaya koyar. Bu nedenle iş analizleri, otellerde üretilecek hizmetin standardını ve kalitesini belirlerken müşteri memnuniyetine yol açan bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

İş tanımı, otel işletmelerinin performansı üzerinde etkili bir uygulamadır. Örneğin; Tuna (2007), iş tanımı bulunan otellerde iş gören devir oranının iş tanımı bulunmayan otellere göre daha düşük seviyede olduğunu tespit etmektedir. Akıncı (2002), iş tanımı gibi uygulamaların örgüt içinde şeffaflığı artıracaklarını ileri sürmektedir. Şalvarcı Türeli (2016), gününbirlik müşterilerin otel hizmetleri hakkında önem-performans değerlendirmelerinden hareketle personelin sorumluluk ve duyarlılık sergilemesi boyutlarındaki değerlendirme farkını tespit etmiştir. Yüksek önemine rağmen düşük algılanan performansın çalışanların iş tanımları hakkında bilgisinin azlığına bağlı olabileceğini değerlendirmektedir. Örucü ve Boz (2014) da iş tanımının yeni işe başlayanlarca tam bilinmemesinin işten ayrılma isteğine yol açacağını belirtmektedir. İlgili literatürde iş tanımının önemini ortaya koyan benzer çalışmalar olmasına rağmen, otel çalışanlarının iş tanımları konusundaki farkındalığını tespit eden çalışmaya rastlanmamıştır. Hsiung ve Tsai (2009) da özellikle yöneticiler ve çalışanların iş tanımları konusundaki farklı bilgi ve düşünceleri konusundaki çalışma azlığına dikkat çekmektedir.

Yapılan bu çalışmada otel çalışanlarının iş tanımları hakkında bilgi ve algılarının ne seviyede olduğunu anlamak, işletmelerinin kendilerinden beklentileri hakkındaki bilgilerini örneklendirmek, bunun yanında işlerinin sevilen veya sevilmeyen özellikleri konusundaki görüşlerini tespit ederek bunları işten memnuniyetle birlikte değerlendirmek amaçlanmıştır.

Dolayısıyla, otellerde iş tanımları konusundaki çalışanların farkındalık durumunu farklı açılardan ele alarak anlayabilmek yoluna gidilmektedir.

II. Literatür Tarama

2.1. Otellerde İKY

İKY, insan kaynaklarının örgüte, bireye ve çevreye yararlı olacak şekilde, kurallara da uyularak, etkili bir şekilde yönetilmesini sağlayan çalışmalar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Özdemir ve Akpınar, 2002). İKY, bir organizasyona nitelikli personeli bulmak ve organizasyonda tutmak için yapılan faaliyetlerin tümünü kapsamaktadır. Akbaba ve Günlü (2011) İKY'yi "*bir örgütün en değerli varlığının, yani insanların etkin yönetimi için geliştirilen stratejik ve tutarlı bir yaklaşım*" olarak tanımlamıştır. Her işletmede birbirlerinden farklı düzeyde, görevde ve seviyede çalışanlar bulunmaktadır. İKY, bu çalışanların işletmede buldukları süre içerisinde, işletme amaçları doğrultusunda etkin, verimli ve uyumlu çalışmaları için gerekli eylem ve uğraşları hayata geçirmektedir (Erdem, 2004).

Turizm sektörünün emek-yoğun bir sektör olması nedeniyle insan faktörünün niteliği ve etkisi ön plana çıkmaktadır. Yoğun rekabetin hâkim olduğu turizm pazarlarında işletmeler, öne geçmek adına insan kaynağının tüm potansiyelinden yararlanmak yoluna gitmektedirler. İnsan unsurunun otel işletmeleri açısından bu önemi, organizasyonda bu alanla ilgili ayrı bir birimin bulunmasını gerektirmiştir. Bu birim, otel işletmelerinde "Personel Yönetimi", "İnsan Kaynakları Bölümü" veya "İK Departmanı" olarak adlandırılmaktadır. Bu birimlerin yönetim çalışmalarının bir yanını yürütür olmasına bağlı olarak da, çalışanların yeteneklerinden maksimum düzeyde yararlanabilmeyi sağlamak amacıyla yapılan tüm çabalar İKY'nin çalışma alanına girmiştir (Erdem, 2004). Bugün kendini kanıtlamış birçok otel işletmesine bakıldığında, bunların başarılarının ardında "insana yapılan yatırım"ın yattığını görmek mümkündür. Hızlı değişime verilecek en hızlı cevap insana yapılan yatırım ve eğitim ile mümkün olur (Demirtaş, 2010). İnsan Kaynakları Yönetimi'nin amacı, işletmenin faaliyette bulunduğu iş alanında rekabet üstünlüğünü temin etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Bu durumun bir sonucu olarak, yeni ürünler ve teknolojiler hakkında bilgi sahibi olabilecek, yeni pazarlarda uyum içinde rekabet edebilecek, büyüme ve gelişmeyi başarabilecek ve tüm bu işlevleri birbirleri ile uyumlu olarak yapabilecek işgücünü işletmeye kazandırmak ve verimli olarak kullanmak en önemli konulardan

biridir. Bu nedenle oteller için İKY'nin stratejik bir önemi ve rolü vardır (Silva ve Martins, 2016).

Emek-yoğun bir özelliğe sahip olan konaklama işletmelerinde, organizasyon yapısının içindeki ve dışındaki değişime ayak uydurabilen en önemli kaynak insandır. Her iş görenin birbirlerinden farklı yetenekleri, potansiyeli ve düşüncelerinin olabileceği kabul edilerek insan faktörüne olanak sağlanırsa ve takım ruhu içinde ortak bir amaca yöneltilirse işletmenin başarısı mümkün olabilir. Bütün bunları sağlamak da konaklama işletmelerinde insan kaynakları yönetiminin tüm işlevlerinin başarıyla yerine getirilmesiyle mümkün olabilir (Özdemir ve Akpınar, 2002).

2.2. Otel İşletmelerinin Çalışanlardan Beklentileri ve İş Tanımlarının Rolü

İşletmenin çalışandan işle ilgili beklentilerini ortaya koyan tanım ve prosedürler, İKY ekiplerince takip edilen iş analizleri neticesinde üretilmektedir. İş analizleri; iş süreçlerinin belirlenmesi ve işe alınacak kişilerde aranacak niteliklerin belirlenmesi kadar dengeli bir ücretlendirme sisteminin tasarlanması için de gereklidir. İş analizleri sonucunda üretilen tanımlar ve gereklilikler de personel planlama, personel tedarik ve seçme, performans değerlendirme, ücretlendirme, eğitim ve gelişim, kariyer planlama, stratejik planlama gibi İKY fonksiyonlarının yürütülmesinde temel teşkil etmektedir. İş analizleri kapsamında üretilen ilk ve en önemli çıktı iş tanımlarıdır. İş tanımlarının yapılmasıyla ancak işi yapacak kişinin özellikleri vb. konularda ayrıntılı görüş sahibi olunabilir. Bingöl'e göre (2010) iş tanımı, "bir işgörenin yaptığı şeyi, işin nasıl yapıldığını ve işin nerede ve ne zaman ifa edildiğini açıklayan ve iş analizi sonucu geliştirilen yazılı bir ifade"dir. Araştırmacıya göre iş tanımları şunları kapsamaktadır. a) İşin kimliği ve unsurları, b) işin amacı ve özeti, c) görev ve sorumluluklar, d) ilişkiler, e) bilgi, beceri, yetenek gerekleri, f) problem çözme, g) yetki, h) işte kullanılan araç ve gereçler, i) performans standartları. Biri işin ne olduğu, hangi faaliyetlerden oluştuğu, bu faaliyetlerin hangi sıra ile icra edileceği, ne kadarlık sürede icra edileceği gibi detaylar iş tanımlarınca ortaya koyulmaktadır.

Belirtilen konular bir işin icra edilmesiyle ilgili o işi yerine getirecek kişiye bütün detayları bildirmektedir. Çalışanın kendi iş tanımını bilmesi, işinin ne olduğu, hangi görevleri hangi esaslara bağlı ve hangi ölçütler dairesinde kalarak yerine getireceği konusunda net bir yönlendirme anlamına gelmektedir. Bu durum aynı zamanda işletmenin çalışandan beklentilerinin de iş tanımının ortaya koyduğu standartlar üzerinden

çalışana aktarılması ve benimsetilmesi demektir. Buna bağlı olarak da iş tanımı ne kadar detaylı ise, çalışan kendi işinin detaylarını, kapsadığı eylemleri, eylemlerin sırasını ve süresini önceden bütün içeriğiyle bilecektir. İş tanımı detaylı bir şekilde yapılmamışsa, iş tanımı yoksa ve/veya çalışan kendi iş tanımı konusunda bilgisizse, işletmesinin o iş kapsamında kendisinden istediği eylemler ve eylemlerin gerçekleştirilmesiyle ilgili standartları bilmeyecektir. Böyle bir durum, o çalışanın başarılı bir performans ortaya koymasının önünde en büyük engel olarak ortaya çıkacaktır. Buna bağlı olarak iş tanımı, işletmenin performansını etkileyen bir değişken olarak tespit edilmekte (Ologunde et al., 2015) ve çalışanın iç kalite algısını ve iş doyumunu etkilediği vurgulanmaktadır (Al-Ababneh et al., 2018). İş tanımının olmaması, yetersiz düzeyde hazırlanmış olması ve/veya çalışanın iş tanımı konusunda farkındalığının düşük olması, çalışanın işi ile ilişkisinde bir sorun üretmekte ve olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmaktadır.

İş tanımlarının işletme ve işgören açısından önemini vurgulayan farklı çalışmalar bulunmaktadır. Tuna (2007), yazılı iş tanımı bulunan otel işletmelerinde personel devir oranının diğer işletmelere nazaran daha düşük olduğu sonucuna varmıştır. Benzer şekilde Min ve An (2005), otel mutfak çalışanlarının işten ayrılma eğilimi üzerinde iş tanımlarının açık/anlaşılır olmamasının etkili olduğunu tespit etmektedir. Akova, Tanrıverdi ve Kahraman (2015)'a göre de iş tanımları, otel işletmelerinde işgören devir hızına etki eden risk faktörlerinden birisidir. Aslan ve Dinçer (2017), otel performansının yükselmesinde iş tanımı gibi İKY uygulamalarının iyileştirilmesinin gerekli olduğuna değinmektedir. Aydın ve Çavuş (2017), yetersiz iş tanımlarının çalışanlar üzerinde birer stres unsuru olduğunu vurgulamaktadır. Çakır ve Gözoğlu (2019), bireyin performansı için ilk olarak iş tanımının gerekli olduğuna dikkat çekmektedir. Tüzün (2013), iş tanımlarıyla işgücü devir hızı arasında oluşturulan çapraz tablo sonucuna göre tüm zincirlerde ortak iş tanımı bulunan işletmelerin %60'ında işgücü devir hızının düşük olduğu sonucuna varmıştır.

Çalışanların iş tanımları konusundaki farkındalığına odaklanan literatür oldukça sınırlıdır. Buna rağmen, yukarıdaki açıklamalarda hareketle otellerde gerek iş tanımı olmaması veya yetersiz olması gerek bunu çalışana aktarmakta problem olması ve gerekse de çalışanın iş tanımı konusundaki dikkat eksikliğine bağlı bir iş tanımı konusunda farkındalık eksikliğinden bahsedilebilir. Bir çalışanın iş tanımları konusundaki farkındalığı onun işi konusundaki farkındalığı anlamına gelmektedir (Raju ve Banerje, 2017). Örucü ve Boz (2014) da, iş tanımlarının işe yeni

başlayanlara net bir şekilde aktarılmasının bu çalışanların işi doğru yapması ve ortaya beklenen sonuçların çıkması açısından çok önemli olduğunu belirtmekle konu hakkında çalışan farkındalığının önemine işaret etmektedir.

III. YÖNTEM

Bu çalışmada otel çalışanlarının iş tanımı konusundaki farkındalıkları tespit edilmeye çalışılmaktadır. Farkındalık düzeyinin değerlendirilmesinde; iş tanımı kavramını bilip bilmedikleri, kendi iş tanımlarının ne olduğu hakkındaki bilgi düzeyleri, işletmesinin kendisinden neler beklediği konusundaki görüşü, kendi iş gerekliliklerinin neler olduğu hakkındaki bilgisi, işinden memnun olma durumu, yaptığı işin en sevdiği özellikleri, işinin kendisine en sevimsiz gelen özellikleri ve işletmesine en kritik katkısı sorgulanmıştır. Bahsedilen kapsamı içeren sekiz adet açık uçlu soruyu ve katılımcı özelliklerini elde etmeye yönelik cinsiyet, eğitim durumu, görev ve otel türü sorularını içeren bir form aracılığıyla veri elde edilmiştir. Araştırmanın veri elde etme süreci nitel yöntemin esaslarına uygun yürütülmeye çalışılmış, analiz aşamasında ise karma bir yol izlenmiştir. Hem niteliksel ifadeler ele alınmış hem de bu ifadelerin kategorileştirilmesiyle oluşan kategoriler üzerinden sayısal analizler yapılmıştır.

Araştırmanın, hakkında fikir üretmek istediği kitle otel çalışanlarıdır. Ancak, araştırmanın doğası gereği en fazla katılımcıya ulaşmak değil derinlemesine incelemeye olanak verecek kapsamlı yanıtlara ulaşmak hedeflenmiştir. Araştırmacının imkânları ve konunun gözlenebilirliğini de ön planda tutmak suretiyle amaçlı örnekleme yoluna gidilmiştir. Örneklemin belirlenmesinde benzeşiklik kriteri olarak otel çalışanları ile sınırlı kalmaya gayret edilmiş; çeşitlilik kriteri olarak şehir ve otel bölümü üzerinden seçim yapılmıştır. Belli bir şehirde aynı türden işletmelerin ve çalışan özelliklerinin gözleneceği ve verinin tek boyutu yansıtılabileceği endişesiyle ikinci bir şehirde yer alan otellerin çalışanları da örnekleme dâhil edilmiştir. Benzer şekilde, otel bölümleri arasında iş tanımlarının uygulanması konusunda farklılıklar olabileceği düşünülerek, farklı bölüm çalışanlarının katılımını sağlamaya odaklanılmıştır. Formlar, İstanbul ve Sakarya'da yer alan ve önemli otel toplanma bölgelerini ziyaret etmek ve karşılaşılan otele giderek uygun durumda olan, katılmayı kabul eden personele yüz yüze uygulamak suretiyle doldurtulmuştur. Toplamda 166 kişiden kullanılabilir veri elde edilmiştir.

Otel Çalışanlarının İş Tanımları Konusundaki Farkındalıkları Üzerine Bir Araştırma

Demografik verilerle ilgili detaylar Tablo 1’de verilmektedir. Katılımcıların %65,1’i erkektir. %54,8’i lisans, %25,3’ü lise mezunudur. Yaş ortalamaları 29,78’dir. Bu özellikler Türkiye’de turizm çalışanlarının genel özellikleri ile örtüşmektedir. En yoğun katılım 5 yıldızlı otel çalışanlarına ortaya koyulmuştur (%38,6). Bunu 4 yıldızlı otel çalışanları (%16,3) ve 3 yıldızlı otel çalışanları (%14,5) izlemektedir.

Tablo 1.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Fr.	%	Eğitim	Fr.	%
Erkek	108	65,1	İlkokul	12	7,2
Kadın	58	34,9	Lise	42	25,3
Otel Türü	Fr.	%	Önlisans	16	9,6
Butik Otel	17	10,2	Lisans	91	54,8
2 yıldız	4	2,4	Yükseklisans	3	1,8
3 yıldız	24	14,5	Cevapsız	2	1,2
4 yıldız	27	16,3	Yaş	En Küçük-	a.o.
5 yıldız	64	38,6		En Büyük	
Apart otel	1	,6		18-57	29,78
Cevapsız	29	17,5			

Katılımcıların çalıştıkları bölüm ve görevleri bu araştırma açısından oldukça önemli bir değişkendir. Bu bakımdan bölüm ve görevler Tablo 2’de ayrıca verilmektedir. En yoğun katılım Önbüro bölümünden sağlanmış (%64,5), önbüro çalışanları içinde de en yoğun katılım resepsiyonistlerden (%47,0) gelmiştir. Yiyecek-içecek ve kat hizmetleri bölümlerinin katılımı toplam içinde %14,5’erlik büyüklüktedir. Yiyecek-içecek bölümlerinden en fazla katılım garson (%6,6); kat hizmetlerinde ise oda temizleme görevlisi (%4,2) seviyesindedir. Bu üç bölüm dışında %3,6 düzeyinde genel yönetim ve %3,0 seviyesinde de muhasebe ve diğer bölüm çalışanlarının katılımı söz konusudur.

Tablo 2.

Katılımcıların Çalıştıkları Bölüm ve Görevleri

	Fr.	Yüzde		Fr.	Yüzde
Önbüro	107	64,5	Önbüro Müdürü	6	3,6
			Önbüro Şefi	7	4,2
			Resepsiyonist	78	47,0
			Rezervasyon	2	1,2
			Bellboy	14	8,4

Tablo 2. Devamı

	Fr.	Yüzde		Fr.	Yüzde
			F&B Müdürü	5	3,0
			F/B Şef & Kaptan	6	3,6
Yiyecek-İçecek	24	14,5	Garson	11	6,6
			Barista	1	,6
			Mutfak	1	,6
			Kat Hizmetleri Çalışanı	6	3,6
			Kat Şefi	5	3,0
Kat Hizmetleri	24	14,5	Genel Alanlar Şefi	3	1,8
			Oda Temizleme Görevlisi	7	4,2
			Çamaşırhane Görevlisi	3	1,8
			Muhasebe Müdürü	2	1,2
Muhasebe vb.	5	3,0	Misafir İlişkileri	1	,6
			Güvenlik Sorumlusu	1	,6
			Stajyer	1	,6
			Genel Müdür	4	2,4
Genel Yönetim	6	3,6	İşletme Sahibi	1	,6
			Satış müdürü	1	,6

Otel
Çalışanlarının İş
Tanımları
Konusundaki
Farkındalıkları
Üzerine Bir
Araştırma

123

IV. BULGULAR

Katılımcıların iş tanımı kavramını anlamlandırma/bilme durumlarını verilen yanıtlardan hareketle dörde ayırmak mümkün olmuştur. Bunlar; kavramın içeriğini bilme ve bildiğini bazen kendi görev tanımına da gönderme yaparak açıklama durumunu ifade eden **Bilme-Olumlu İfadeler**; kavramın anlamını bilme ancak kendisinin iş tanımının olmayışına işaret eden **Bilme-Olumsuz İfadeler**; iş tanımı kavramını anlamlandırırken doğru tanımdan uzaklaşan ve muğlak ifadelerle öne çıkan **Bilmeme-Muğlak İfadeler**; ve bilmediğini net bir şekilde ifade eden **Bilmeme-Net İfadeler** boyutlarıdır.

Belirtilen boyutlara dahil edilen ifadeler ve bu ifadeleri ortaya koyan kişilerin toplam içindeki oranları Tablo 3'te verilmektedir. Katılımcıların %51,8'i iş tanımı kavramının anlamını bilmekte ve bu kavrama dair olumlu net tanımlar yapabilmektedir. Bu tanımlamalar içerisinde "Bir çalışanın yapması gereken görevlerin açıklamasıdır", "Bir kişiden beklenen iş veya eylem" veya "Bana verilen sorumlulukların tümü" gibi kendi işiyle de ilişkilendirerek kavramı kısaca açıklayan ifadeler söz konusudur. Kavramın anlamını bildiğini ancak kendi göreviyle ilgili olumsuz bir duruma işaret eden tek bir yorum ortaya koyulmuştur. Bu kişi de "Belli bir görev tanımımız yok" şeklinde bilgi vermiştir.

Kavramın anlamını bilmediğini, ifadelerindeki muğlaklıktan anlayabileceğimiz katılımcı oranı %40,4'tür. Bu ifadeler; "Bana göre oteli temsil etmek", "Bana verilen emirleri yerine getirmek" ve "Bir iş yerinde sorumlu olduğun departman" gibi ifadelerdir. Katılımcıların %1,2'si ise kavramı bilmediğini açık şekilde ifade etmektedir. Bu bakımdan katılımcıların yaklaşık %42'sinin iş tanımı kavramını bilmediği söylenebilir.

Tablo 3.

İş Tanımı Kavramını Bilme Durumları

Durum	Örnek İfadeler
(1) Bilme-Olumlu İfadeler (Fr.=86, %51,8)	<ul style="list-style-type: none"> • Bir bütün içerisinde size düşen ve üstlenmemiz gereken kurallar topluluğu • Bir çalışanın yapması gereken görevlerin açıklamasıdır. • Bir görevini anlaşılır bir biçimde izah edilmesidir • Bir kişiden beklenen iş veya eylem • Bir kuruluştaki çalışan kişinin çalıştığı bölümde görev sorumluluk ve yetkilerini bilip, bunları en iyi şekilde yerine getirilmesi. • Bir kuruluşun üst düzey yöneticilerinden başlayarak en alt düzey çalışanına kadar bütün personelin kime bağlı çalıştığı, görevi, sorumluluğu ve yetkilerinin tarif edildiği dokümanın ismi • Bana verilen sorumlulukların tümü. • Birinin yapması gereken işlerin tamamı • Bulduğum işletmedeki sahip olunan pozisyonun mesai saatleri içinde yaptığı işlerin bütünü ve ona verilen görevler bütünü
(2) Bilme-Olumsuz İfadeler (Fr.=1, %0,6)	<ul style="list-style-type: none"> • Belli bir görev tanımımız yok
(3) Bilmeme-Muğlak İfadeler (Fr.=67, %40,4)	<ul style="list-style-type: none"> • Bana göre oteli temsil etmek • Bana verilen emirleri yerine getirmek • Bir çalışanın emirleri yerine getirirken bilgi sahibi olmasıdır. • Bir iş yerinde sorumlu olduğun departman • Bir işi yerine getirmektir. • Bir kimsenin görme yetisi, kriterlerini belirleyen eylemdir. • 5 yıldızlı bir otelde gelen misafiri karşılama, odaya yerleştirme ve uğurlama
(4) Bilmeme-Net İfadeler (Fr.=2, %1,2)	<ul style="list-style-type: none"> • Ben soruyu anlamadım. • Bilmiyorum

Katılımcıların kendi iş tanımlarını bilip bilmeme durumları da benzer şekilde sınıflandırılmıştır (Tablo 4). Bunlar; kendi iş tanımını bilme ve bildiğini açıklama durumunu ifade eden **Bilme-Görevine Yakın İfadeler**; iş tanımını bilme ancak mevcut görevi ile ilgisiz durumu ifade eden **Bilme-Görevi ile İlgisiz İfadeler**; iş tanımını bilmeme ancak bir şekilde ifade etme isteğine bağlı olarak anlamsız cümleler kurma durumunu anlatan **Bilmeme-Muğlak İfadeler**; ve bilmediğini net bir şekilde ifade eden **Bilmeme-Net İfadeler** boyutlarıdır. Kendi iş tanımını bilen ve bunu uygun şekilde ifade edebilenlerin oranı %40,4'tür. Bilen ancak ifade etmede sorun gözlenen kimseye rastlanmamıştır. İş tanımıyla ilgili soruya görevi ile ilgisi olmayan bir şekilde ve muğlak ifadelerle yanıt verdiği için bilmediğine hükmedilen katılımcıların oranı %56,6'dır. Bilmediğini net bir şekilde ifade eden 1 kişi toplamın %0,6'sına denk gelmektedir.

Tablo 4.
Kendi İş Tanımını Bilme Durumları

<i>Durum</i>	<i>Örnek İfadeler</i>
(1) <i>Bilme-Görevine Yakın İfadeler</i> (Fr.=67, %40,4)	<ul style="list-style-type: none"> • Genel alanların temizlik düzen ve arıza tespiti • Misafirlerin kalış süresi boyunca kayıt, bilgilendirme, tüm istek ve işlemlerini yerine getirmek • Odaların temizliğini yapmak • Otelin acentalar, yerel yönetimler vb. kurumlara karşı sorumluluğunu üstlenip gerekli kuralları vermek ve iç bölümler arası ilişkileri ve stratejileri yönlendirmek. • Check in/Check out işlemleri, rezervasyon, ön muhasebe • Resepsiyondaki telefonları cevaplamak, giriş-çıkış işlemlerini yapmak, fatura çıkartmak, misafir bilgilerini sisteme girmek, KBS girmek • Görevli olduğum otelin odalarını belli gün ve saatler içinde temizlemek • Otele gelen misafirlerin yapacakları toplantı, ziyafet, düğün, kına, eğlence veya kamp gibi organizasyonları tertip edip sorunsuz geçmesini sağlamak • Otelin, çalışanların müşterilerine çamaşır yıkama, kuru temizleme, hizmet sunma • Personel müdürüyle iş birliği yaparak, yiyecek-İçecek bölümünün kısa ve uzun vadeli personel planlamasını yapmak, kilit personeli işe almak ve diğer alt personelin işe alınmasını ona

Tablo 4. Devamı

Durum	Örnek İfadeler
(2) Bilme-Göreviyle İlgisiz İfadeler (Fr.=0, %0)	• ----
(3) Bilmeme-Muğlak İfadeler (Fr.=94, %56,6)	<ul style="list-style-type: none"> • Misafirlerin tüm isteklerini karşılamak • Misafirlerin beklentilerini karşılamak • Talimatların eksiksiz yerine getirilmesi • Konaklama • Otelin genel yüzü olarak müşteriye güven sağlayan, her ihtiyacıyla ilgilenen personeliz • Resepsyonist olarak kaliteli hizmet sunmak • Misafirlerle ilişki • Müşterinin isteklerine uygun olarak işletmenin kuralları çerçevesinde istekleri yerine getirmek • İşimi en iyi şekilde elimden geldiği kadar ve işletme prensiplerine uygun şekilde yerine getirmek • F/B memnuniyeti • İş takibi yapmak, memnuniyet sağlamak • Verilen sorumlulukların yerine getirilmesi • Ben üstümden aldığım emirleri alt elemanlara uygulamam ve onları gözetirim. • Servis elemanı, garsonluk • Gelen müşterilerle ilgilenmek • Çalıştığım süre boyunca yaptığım işte misafirleri ve birim yöneticilerimi memnun etmek
(4) Bilmeme-Net İfadeler (Fr.=1 %0,6)	• Tanım Yok

İş tanımı kavramını bilmediği anlaşılan yaklaşık %42'lik oran karşısında kendi iş tanımını bilmediği anlaşılan %57'lik bir oran tespit edilmiştir. Bu durum otellerde iş tanımını anlamlandırma sorunu yaşayan bir çalışan profilinden ziyade, iş tanımı üzerinde yeterince durmayan bir işletme yönetimi/İKY yönetimi anlayışını ortaya koyuyor olabilir.

Diğer yandan, iş tanımı kavramını bilme ile kendi iş tanımını bilme arasında bir ilişki olup olmadığı akla gelen ilk sorudur. Bu soruya ki-kare analizi ile cevap aranmıştır. Tablo 5'te bu iki durum arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çapraz tablo ve analiz bulguları verilmektedir.

Tablo 5.
İş Tanımı Kavramını Bilme ile Kendi İş Tanımını Bilme İlişkisine Dair
Ki-Kare Sonucu

	Kendi İş Tanımını Bilme Durumu	Toplam			
		Bilme-Gör. Yakın İf.	Bilmeme- Muğlak İf.	Bilmeme- Net İf.	
	Bilme-Olumlu	48	38	0	86
İş Tanımı Kavramını Bilme Durumu	Bilme-Olumsuz	0	1	0	1
	Bilmeme-Muğlak	14	51	0	65
	Bilmeme-Net	0	1	1	2
	Toplam	62	91	1	154

Not: Ki-kare Değeri: 95,706; $p < 0,05$

Ki-kare sonucu; iş tanımı kavramının anlamını bilenlerin kendi iş tanımlarını da bildiği, bilmeyenlerin de kendi iş tanımlarını da bilmediği şeklinde bir yargının doğru olacağını ortaya koymaktadır. Bu durumda, işletmelerde iş tanımı konusunda bilgilendirmenin eksik olması ihtimali güçlenmekte, ancak önemli oranda çalışanın da bu konuda işletmeden bir talebinin olmadığı anlaşılmaktadır.

Katılımcıların iş tanımı kavramının anlamını bilme durumları ve kendi iş tanımlarını bilme durumlarının cinsiyet, öğrenim düzeyi, çalışılan işletme türü ve bölümle ilişkisi olabileceği düşünülmüştür. Bunu test etmek için yine ki-kare analizi kullanılmış ancak, analiz bu türden bir ilişki olduğuna dair sonuç üretmemiştir. Dolayısıyla, gerek iş tanımını bilme gerekse de kendi iş tanımı hakkındaki bilgisi cinsiyet, öğrenim düzeyi, işletme türü ve çalıştığı bölümden bağımsızdır.

İş tanımları konusundaki önemli düzeyde olduğu anlaşılan bilgisizliğin daha net analizi açısından, katılımcıların işletmelerinin kendilerinden ne tür beklentileri olduğu sorusuna verdikleri cevapların da analiz edilmesi gerekmektedir. Yanıtlar içeriğe bağlı olarak kategorileştirilmiştir. Verilen yanıtların Görev-Sorumluluk Odaklı, Müşteri-memnuniyet Odaklı, Performans Odaklı ve Çalışma Ortamı Odaklı olarak ayrıştığı gözlenmiştir (Tablo 6).

Tablo 6.

İşletmenin Beklentileri Konusundaki Yanıtlar	
Durum	Örnek İfadeler
Görev-Sorumluluk Odaklı Açıklamalar (Fr.=51 %30,7)	<ul style="list-style-type: none"> Görevini yapmak Görevi eksiksiz yerine getirmek Sorumluluğu en iyi şekilde yerine getirmek Verilen işleri zamanında ve düzgün yerine getirmek İşimi en iyi şekilde yapmak ve bana verilen görevleri layıkıyla yapmak. Kendimi geliştirmek
Müşteri Odaklı Açıklamalar (Fr.=74 %44,6)	<ul style="list-style-type: none"> Misafirlerin tüm istek ve işlemlerini en iyi şekilde yerine getirmek İstekleri en iyi şekilde karşılamak Müşteri memnuniyeti Güleryüz Müşterilere karşı olumlu ve iyi davranma
Performans Odaklı Açıklamalar (Fr.=32 %19,3)	<ul style="list-style-type: none"> Maksimum performans Yüksek verimlilik Hızlı servis, titizlik, güleryüz Daha fazla satış yapmak, karşılaşılabilecek sorunlara uygun çözümleri getirebilmek Otel konaklama ve rezervasyon sayılarının sağlıklı bir şekilde arttırılması
Çalışma Ortamı Odaklı Açıklamalar (Fr.=8 %4,8)	<ul style="list-style-type: none"> Düzenli ve zamanında çalışmak Departmandaki düzeni sağlamak, operasyonu yönetmek 3 yıldızlı ve 18 personele sahip olduğu için işletmenin her işi ile ilgilenmek Otelin odalarını ve çevresini temizleyip ferah bir ortam sağlamak İşleri sıralı ve düzenli şekilde yapmak. İş takibini iyi yapmak 8 saat tuvalete bile gitmeden lobide bekleyelim yeter.

İşletmenin beklentileri konusundaki görüşler en fazla oranda Müşteri Odaklı görüşlerdir (%44,6). Bunlar; “Misafirlerin tüm istek ve işlemlerini en iyi şekilde yerine getirmek”, “Müşteri memnuniyeti” gibi otel konuklarının memnuniyetine yönelik beklentiler şeklinde ifade edilmiştir. İkinci sırada Görev-Sorumluluk Odaklı tanımlamalar gelmektedir (%30,7). Burada da; “Görevini yapmak”, “Sorumluluğu en iyi şekilde yerine getirmek” gibi görevin icrasına dayalı ifadeler ortaya koyulmuştur. Performans Odaklı açıklamalar (%19,3); “Maksimum performans”, “Daha fazla satış yapmak, karşılaşılabilecek sorunlara uygun

çözümleri getirebilmek" vb. şekilde ifade edilmiştir. Çalışma ortamı ise (%4,8), "Düzenli ve zamanında çalışmak", "Departmandaki düzeni sağlamak, operasyonu yönetmek" gibi ifadelerle vurgulanmıştır.

İşletmenin çalışandan beklentileri konusunda dikkat çeken birkaç konu vardır: Birincisi, iş tanımı/analizi ekseninde ve detaylı/kapsamlı ve tutarlı bir anlayış ifade edilememektedir. İfadelerin otelcilik ve/veya çalışma hayatıyla ilgili genel yargıları ortaya koyduğu görülmektedir. Bu işletme-çalışan arasındaki sözleşme standartları ve hizmet/emek alış-verişinin standartları konusundaki muğlaklığı ortaya koymaktadır. İkincisi, müşteri memnuniyetinin bir hizmet endüstrisi olarak otellerde oldukça benimsenen bir farkındalık veya anlayışa dönüştüğünü kanıtlamaktadır. Bu durum bir hizmet endüstrisi olarak otelcilik için olumlu bir durum olarak da yorumlanabilir. Son olarak da, performans konusunu öne çıkaranlarca bir çalışandan fazla fedakârlık beklendiği yönünde bir algılamamanın ipuçları okunabilir.

Katılımcılara kendi yerine getirdikleri görevin gerektirdiği iş gereklilikleri de sorulmuştur. Bu kapsamda verilen yanıtlar Tablo 7'de verilmektedir. Bu analizde her bir katılımcının söylemi esas alınmıştır. Yani katılımcı tek bir gereklilik söylediye tekli bir kategoride değerlendirilmiştir. İki ayrı gerekliliğe dikkat çektiyse bu ikili bir kategori oluşturularak verilmiştir.

Yanıtlarda en fazla vurgulanan gereklilikler sırasıyla; iletişim (%14,5), iletişim ve yabancı dil (%12,7) ve bilgi ve deneyim (%6,6)'dir. Bunlar yanında dış görünüş ve disiplin de farklı katılımcılarca farklı gereklilik kombinasyonları içerisinde öne çıkarılmaktadır.

Tablo 7.
İş Gereklilikleri Konusundaki Yanıtlar

	Fr.	%
Bilgi ve Deneyim	11	6,6
Yabancı Dil	2	1,2
İletişim	24	14,5
Disiplin	4	2,4
Temizlik	2	1,2
Eğitim	2	1,2
Dış Görünüş	2	1,2
Sabır	5	3,0
Analitik Düşünme	3	1,8
Bedenen Güçlü Olma	2	1,2
Bilgi ve Deneyim + Yabancı Dil	5	3,0
Bilgi ve Deneyim + İletişim	4	2,4
Bilgi ve Deneyim + Disiplin	2	1,2

Tablo 7. Devamı

Otel Çalışanlarının İş Tanımları	Fr.	%
Bilgi ve Deneyim + Temizlik	2	1,2
Bilgi ve Deneyim + Eğitim	2	1,2
Yabancı Dil + İletişim	21	12,7
Yabancı Dil + Disiplin	3	1,8
Yabancı Dil + Temizlik	1	,6
Yabancı Dil + Eğitim	1	,6
Yabancı Dil + Sabır	3	1,8
İletişim + Disiplin	6	3,6
İletişim + Dış Görünüş	9	5,4
İletişim + Sabır	7	4,2
İletişim + Analitik Düşünme	3	1,8
Disiplin + Analitik Düşünme	2	1,2
Temizlik + Sabır	2	1,2
Sabır + Analitik Düşünce	3	1,8
Bilgi ve Deneyim + İletişim + Sabır	2	1,2
Yabancı Dil + İletişim + Disiplin	1	,6
Yabancı Dil + İletişim + Dış Görünüş	8	4,8
Yabancı Dil + İletişim + Analitik Düşünme	2	1,2
İletişim + Bedenen Güçlü Olma	2	1,2
İletişim + Disiplin + Analitik Düşünme	1	,6
İletişim + Temizlik + Dış Görünüş	1	,6
İletişim + Sabır + Analitik Düşünme	1	,6
Disiplin + Sabır + Analitik Düşünme	1	,6
Temizlik + Bedenen Güçlü Olma	1	,6
Temizlik + Eğitim + Dış Görünüş	1	,6
Boş Bırakılan	12	7,2

Katılımcıların iş tanımı kavramını bilme durumları, kendi iş tanımlarını bilme durumları gibi iş tanımı kapsamındaki farkındalıklarının onların işlerinden memnuniyet düzeyleri ile ilgili olabileceği düşünülmüştür. Bu bakımdan mevcut işlerinden memnun olup olmadıkları sorusuna verilen yanıtlar da dikkate alınmış ve analize dâhil edilmiştir. Verilen yanıtlar Evet-Kısmen-Hayır şeklinde üç kategoride oluşmuştur (Tablo 8). Katılımcıların %83,1'i işinden memnun olduğunu beyan etmiştir. Memnun olmayan %9,6 ve kısmen memnun olduğunu beyan eden %7,2'lik bir orandır. Memnun olanlarının oranının oldukça yüksek olması ilave bir analize gerek bırakmadan işinden memnun olma veya olmama noktasında iş tanımını bilme ve detaylı algılama konusunun önemli ve doğrudan bir etkisinin olmayacağını düşündürmüştür.

Tablo 8.
İşinden Memnuniyet

	Fr.	%
Evet	138	83,1
Kısmen	12	7,2
Hayır	16	9,6

Katılımcılara kendi işleriyle ilgili en sevdikleri özellikler ile en sevmedikleri özellikler sorulmuştur. Bu kapsamda da farklı unsurların ön plana çıktığı görülmüştür (Tablo 9). En sevilen özellik olarak iletişim (%49,4) dikkat çekmektedir. Otel çalışanları için işlerinin iletişim olanağı üretmesi çok sevilen bir özelliktir. Bunu çalışma ortamı (%13,3) ve hem iletişim hem de çalışma ortamı olarak ifade edenler (%8,4) takip etmektedir.

Tablo 9.
İşin En Sevilen ve İşin En Sevilmeyen Özellikleri

Sevilen Özellikler	Fr.	%	Sevilmeyen Özellikler	Fr.	%
Kazanç	6	3,6	Stres	3	1,8
İletişim	82	49,4	Çalışma Şartları/Vardiya	30	18,1
Tecrübe	6	3,6	Müşteriler	43	25,9
Çalışma Ortamı	22	13,3	Yoğunluk	20	12,0
Kazanç + İletişim	9	5,4	Ücret/Terfi	2	1,2
Kazanç + Tecrübe	1	,6	Yöneticiler ve Diğer Çalışanlar	6	3,6
Kazanç + Çalışma Ortamı	3	1,8	Stres + Vardiya	4	2,4
İletişim + Tecrübe	2	1,2	Stres + Yoğunluk	5	3,0
İletişim + Çalışma Ortamı	14	8,4	Vardiya + Müşteriler	8	4,8
Kazanç + İletişim + Çalışma Ortamı	1	,6	Vardiya + Yoğunluk	8	4,8
Boş bırakılan	20	12,0	Vardiya + Ücret/Terfi	1	,6
			Müşteriler + Yoğunluk	5	3,0
			Müşteriler + Yöneticiler ve Diğer Çalışanlar	2	1,2
			Vardiya + Müşteriler + Yoğunluk	2	1,2
			Cevapsız	27	16,3

En beğenilmeyen özellik ise müşterilerin olumsuz tutumlarına muhatap olma durumudur (%25,9). Bu durum iletişimin otelcilik açısından önemini ortaya koymaktadır. Bunu çalışma şartları/vardiya (%18,1) ve yoğunluk (%12) takip etmektedir.

Katılımcıların yaptıkları işin en sevdikleri ve en sevmedikleri özelliklerine ilişkin görüşleri ile işlerinden memnuniyetleri arasında bir

etkileşim olup olmadığını sınamak amacıyla ki-kare analizinden yararlanılmıştır. Ancak, analizler anlamlı sonuç üretmemiştir. Yani belli bazı özellikleri sevme veya sevmemenin memnuniyete yansımaları söz konusu değildir.

Katılımcıların işletme için ifa ettikleri kritik role dair soruya verdikleri yanıtlar başlıca üç kategoride toplanmıştır (Tablo 10). Bunlar Müşteri memnuniyeti, Çözüm üretmek ve İç süreçler ve rutinin takibi'dir. Bu kapsamda en kritik rol, işletme içi süreçlerde özellikle iş süreçlerinin eksiksiz takibi ve görevin sorumluluk çerçevesinde yerine getirilmesi (%42,8) olarak görülmektedir. Bunu yakın bir oranla müşteri memnuniyetine katkıları (%41,6) takip etmektedir. Çözüm üretmek, çözüm esaslı düşünmek ise %6,6'lık bir oranla sonuncu unsur olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 10.
İşletme İçin İfa Edilen Kritik Rol Açıklaması

	Fr.	%
Müşteri Memnuniyeti	69	41,6
Çözüm üretmek	11	6,6
İç Süreçler ve Rutini takip	71	42,8
Boş bırakan	15	9,0

Katılımcıların işletme için ifa ettiği kritik rol ile iş tanımı kavramını bilme durumu, kendi iş tanımını bilme durumu, işletmenin beklentileri konusundaki algılaması ve işinden memnun olma ilişkisine dair ki-kare analizi yapılmış ancak anlamlı sonuç elde edilememiştir.

V. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

İş tanımı işgörenin işi ve işletmesiyle etkileşiminde kritik öneme sahiptir. İş tanımı konusunda belirsizlik olan çalışanların performanslarında ve işletmede çalışma konusunda olumsuz bir durumun ortaya çıkacağını ilgili literatürden öğrenmek mümkündür. Ancak, otel işletmeleri kapsamında iş tanımlarının ne düzeyde algılandığı ve çalışanı işle ilişkisinde yönlendiren algı çerçevesinin tanımlanmamış/tespit edilmemiş olduğu görülmektedir. Bu çalışma otel çalışanları özelinde iş tanımı ve işle etkileşimde yönlendirici algılamaya çerçevesini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu kapsamda otel çalışanlarının önemli bir oranının iş tanımı kavramını bilmediği, daha fazla bir kısmının kendi iş tanımını da bilmediği tespit edilmiştir. İş tanımı kavramını bilmeme ile kendi iş tanımını bilmeme arasında bir ilişki olduğu da tespit edilmiştir. İş tanımı konusundaki bu olumsuz görülebilecek sonuç işletmenin işgörenden beklentileri

kapsamındaki cevaplarla da test edilmiştir. Katılımcıların büyük kısmı işletmenin kendisinden beklentileri konusunda tutarlı bir şeyler ifade etmiştir. Ancak, beklenti ifadeleri yine iş tanımları ile ilgili bilgileri içermemektedir. Diğer yandan, beklenti ifadeleri büyük oranda müşteri odaklıdır. İşletmenin kendilerinden müşteri memnuniyeti, müşterinin isteklerine yanıt konularında beklentileri olduğu vurgulanmıştır. İş tanımlarının bilinmemesi karşısında işletme beklentilerinin bilinmesi, çalışma süreçlerinde genel kabul gören bazı performans standartlarının etkinliğini ortaya koymaktadır. Yani otel çalışanı kendi iş tanımını bilmese de genel bir yargı olarak müşterinin memnun edilmesi, hizmet sürecinin fedakârca çalışmayı gerektirdiği gibi konularda genel bir bilinç/farkındalık içindedir ve işi ile ilişkisini bu farkındalık yönlendirmektedir. İş gereklilikleri kapsamında ise yine turizme has genel çerçevenin gerektirdiği şekilde iletişim becerisi ve yabancı dil bilgisi çok yüksek oranda vurgulanmıştır. Katılımcıların iş memnuniyetlerinin yüksek olması ise iş tanımlarındaki belirsizliğin memnuniyetle ilgisinin beklenen düzeyde olmayabileceğini akla getirmektedir.

Bulgular, otel çalışanları için iş tanımları konusunda bir bilgisizliği ortaya koymaktadır. Bunun yanında, otelin kendilerinden beklentileri konusunda genel (görev süreci ile ilgili olmayan) bilgiden hareketle tanımlama yapılmaktadır. Bu da belki hizmet sürecinin standartlaştırılması kadar bu standartların çalışanlarca benimsenmesinin zorluğuna dayanıyor olabilir.

Otel çalışanları için iletişim olanağının en sevilen çalışma ortam özelliği olduğu, müşterilerin uygun olmayan yaklaşımlarının, vardiya usulü çalışmanın ve yoğunluğun en sevilmeyen unsurlar olduğu tespit edilmiştir. İş tanımı konusundaki olumsuzluğa rağmen çalışanların çoğunluğu işlerinden memnundur. İşletme süreçleri ve terfi konusunda olumlu düşünmekte ve işinde gelecek görmektedir denebilir. Bu durumda, İKY ekiplerinin iş tanımları konusunda daha bilgilendirici olması, bölüm yöneticilerinin de kendi takımlarına iş tanımları üzerinden yönlendirme yapması önerilebilir. Çalışanların olumlu tutumları ve otel hizmet süreçlerinin esnekliği mevcut farkındalık zafiyetini önemli bir soruna dönüştürmüyor olabilir. Ancak, çalışanların iş tanımları konusunda bilgilendirmenin onların hizmet sürecinde daha net düşünce ve duygularla hareket etmesini ve daha rahat çalışabilmesini sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın bulgularına dayanılarak gelecek çalışmaların iş tanımlarındaki belirsizliğin ya da bilgi eksikliğinin çalışan performansına, kariyer hedeflerine, motivasyonuna yansımalarının daha geniş

örneklemelerde ve daha net bir şekilde ölçülmesine ihtiyaç olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A. ve Günlü, E. (2011). Otel İşletmelerinde İşgören Bulma, Seçme Ve Eğitim Sürecinin Stratejik İnsan Kaynakları Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(22): 199 - 228.
- Akıncı, Z. (2002). Turizm Sektöründe İşgören Tatminini Etkileyen Faktörler: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 4:1-25.
- Akoğlan Kozak, M. (2009). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örnek Olaylar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akova, O., Tanrıverdi H. ve Kahraman O. (2015). Otel İşletmelerinde İşgören Devir Hızına Etki Eden Risk Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6(1): 87-107.
- Al-Ababneh, M.M., Masadeh, M.A., Al-Shakhsheer, F.J. ve Habiballah, M.A. (2018), The impact of internal service quality on job satisfaction in the hotel industry. *Research in Hospitality Industry*, 8(1): 55-62.
- Aslan, S. ve Dinçer, M. (2017). İstanbul'daki Küçük ve Orta Ölçekli Otel İşletmelerinde İşgören Seçimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı: 342-350.
- Aydın, C. ve Çavuş, Ş. (2017). Kuşadası Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Stres ve Tükenmişlik Düzeyleri. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5): 79-95.
- Bingöl, D. (2010). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 7. Baskı, İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Chand, M. ve Katou, A. (2007). The impact of HRM practices on organisational performance in the Indian hotel industry. *Employee Relations*, 29(6): 576594.
- Çakır, A. ve Gözoğlu, Ö. (2019). Algılanan Kurumsal İtibarın İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Şanlıurfa İli Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(4): 46-71.
- Demirtaş, N. (2010). Otel İşletmeciliği. 2. Baskı, Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları, Yayın No: 67.
- Erdem, B. (2004). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri ve Önemi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(11): 35-54.
- Hsiung, H-H. ve Tsai, W.-C. (2009). Job definition discrepancy between supervisors and subordinates: The antecedent role of LMX and outcomes. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82(1): 89-112.

- Karacan, E. ve Erdoğan, Ö.N. (2011). İşçi Sağlığı ve İş Güvenliğine İnsan Kaynakları Yönetimi Fonksiyonları Açısından Çözümsel Bir Yaklaşım. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1): 102-116.
- Min, K.-H. ve An, H.-K. (2005). Turnover Factors among bakery employees at Tourist Hotels. *Korean Journal of Food and Cookery Science*, 21(2): 225-234.
- Ologunde, A.O., Monday, J.U. ve James-Unam, F.C. (2015). The impact of strategic human resource management on competitiveness of small and medium-scale enterprises in the Nigerian Hospitality industry. *African Research Review*, 9(4): 264-276.
- Örücü, E. ve Boz, H. (2014). Konaklama İşletmelerinde İşe Alıştırma Eğitiminin Örgütsel Bağlılığa Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21(1): 61-76.
- Özdemir, E. ve Akpınar A. (2002). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Çerçevesinde Alanya'daki Otel ve Tatil Köylerinde İnsan Kaynakları Profili. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2): 85-105.
- Raju, K.K. ve Banerjee, S. (2017). A Study on Job Description and its Effect on Employee Performance: Case of Some Selected Manufacturing Organizations in the City of Pune, India. *International Journal of Latest Technology in Engineering, Management & Applied Science*, 5(2): 1-10.
- Silva, S. ve Martins, D. (2016). Human Resource management in Hotel Units: The Portuguese Case. *Academica Turistica*, 9(1): 5-18.
- Şalvarcı Türel, N. (2016). Bir Şehir Otelinde Günübürlük Müşteriler Açısından Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2(1): 49-60.
- Tuna, M. (2007). Personel Devir Oranı Analizi: Ankara'da Yer Alan Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1): 45-52.
- Tüzün, İ. (2013). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Farklılıkları ve İşgücü Devir Hızıyla İlişkileri. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 42(1): 61-76.

A RESEARCH ON AWARENESS OF HOTEL EMPLOYEES ON JOB DESCRIPTION

EXTENDED ABSTRACT

Job description and job requirements guide the employee by determining how to do his job. Therefore, it is an effective application on employee performance and hotel performance. There are different studies that express the effects of adequate and clear job definitions on the working and business life. For example, Tuna (2007) found that the turnover rate is higher in hotels without a job description. Akinci (2002) suggests that applications such as job definition will increase transparency within the organization. Örucü and Boz (2014) also indicate that the job description will lead to an intention to leave the job if they are not fully known by beginners. Although there are similar studies in the relevant literature that demonstrate the importance of job description, there has been no study that identifies the awareness of hotel employees about job descriptions. Hsiung and Tsai (2009) also note the lack of research, particularly on different knowledge and thoughts about the job descriptions of managers and employees.

In this study, it is aimed to understand the employee awareness on job descriptions from different perspectives. In the evaluation of the level of awareness; Whether they know the concept of job description, their knowledge of what their job description is, his opinion on what his business expects from him, his knowledge of what his job requirements are, his satisfaction level of his work, his favourite features of his work, the characteristics of his work that are most unpleasant to him and his most critical contribution to his business have been questioned. Data were obtained through a form that included eight open-ended questions and questions to obtain participant characteristics such as gender, education status, task and hotel type. The process of obtaining data of the research was tried to be carried out in accordance with the principles of the qualitative method, and a mixed method was followed during the analysis phase. Both qualitative expressions were discussed and numerical analyses were performed through categories formed by categorizing these expressions. Purposive sampling has been adopted and a variety of participants have been reached through the city and hotel department. The forms were filled face-to-face with the staffs of hotels in important hotel

agglomerations in Istanbul and Sakarya who accepted the participation. In total, data were obtained from 166 people.

65.1% of the participants are men. 54.8% are undergraduate and 25.3% are high school graduates. Their average age is 29.78. These features are consistent with the general characteristics of tourism workers in Turkey. The most intense participation was demonstrated by 5-star hotel employees (38.6%). This is followed by 4-star hotel employees (16.3%) and 3-star hotel employees (14.5%). The most intense participation was from the Front Office (64.5%), and the most intense participation among the front office employees was from the receptionists (47.0%). The participation of food&beverage and housekeeping departments is 14.5% for each. The most intense participation from food&beverage departments was from waiters (6.6%); in housekeeping, it is at the level of room cleaning staff (4.2%). Apart from these three departments, there is 3.6% general management and 3.0% accounting and other department employees.

51.8% of the participants know the meaning of the concept of job description and can make positive clear definitions for this concept. The rate of participants, which we can understand that they do not know the meaning of the concept from the ambiguity in their expressions, is 40.4%. 1.2% of the participants clearly state that they do not know the concept. In this regard, it can be said that approximately 42% of the participants do not know the concept of job definition. The rate of those who know their own job definition and can express it appropriately is 40.4%. Nobody who knows but has problems in expressing has been found. The proportion of respondents who were judged not to know the question about the job description in an unrelated manner and with ambiguous expressions is 56.6%. 1 person who clearly states that he does not know corresponds to 0.6% of the total. Chi-square analysis was used to determine whether there is a relationship between knowing the job description concept and knowing his/her own job description. The results of the analysis reveal that a judgment will be true that those who don't know the meaning of the concept of job description don't know their own job descriptions. In this case, the possibility of missing information about the job description in the enterprises becomes stronger, but it is understood that a significant number of employees do not have a request from the enterprise in this regard. The differentiations in the participants' knowledge on the meaning of job description concept and their knowledge of their own job description produced by gender, education, type of enterprise and department were found negative as results of chi-square test ($p > 0.05$). Therefore, awareness level is independent of these variables.

Employees perceive the expectations of the business from them as the most customer oriented expectations (44.6%). The second place comes with task-responsibility oriented expectations (30.7%). Performance oriented explanations (19.3%) and working environment (4.8%) are other expectation dimensions.

The most perceived by the participants about the job requirements of the task they perform; communication (14.5%), communication and foreign language (12.7%) and knowledge and experience (6.6%). On the other hand, 83.1% of the participants stated that they were satisfied with their job. It is a rate of 9.6% dissatisfied and 7.2% declaring that it is partially satisfied.

Communication (49.4%), working environment (13.3%) and both communication and working environment (8.4%) are their favourite features related to their jobs. The most disliked feature is that of dealing with negative attitudes of customers (25.9%), working conditions / shifts (18.1%) and density (12%).

The responses of the participants to the question about the critical role they have performed for the enterprise are classified in three main categories. These; Internal processes and routine follow-up (42.8%), their contribution to customer satisfaction (41.6%) and producing solutions (6.6%). A chi-square analysis was conducted on the relationship between the critical role that the participants performed for the enterprise and the situation of knowing the concept of job description, the status of knowing their own job description, the perception of the enterprises' expectations and the satisfaction with the job, but no significant results were obtained.

The findings reveal that a significant proportion of hotel employees do not know the concept of job description (42%), while more do not know their job description (57%). It was also determined that there is a relationship between not knowing the concept of job description and not knowing its own job description. This may reveal a business management / HRM management approach that does not dwell on the job description rather than an employee profile that has the problem of making sense of the job description in hotels.

This negative result in terms of job description has also been tested with answers within the scope of the company's expectations from the employee. The majority of the participants expressed something consistent about the expectations of the business from them. However, the expectation statements still do not contain information about job descriptions. On the other hand, expectation statements are mostly

customer oriented. It was emphasized that the company has expectations about customer satisfaction and response to the requests of the customer. Knowing the business expectations despite the unknown job descriptions reveals the effectiveness of some generally accepted performance standards in the work processes. On this issue, attention should be drawn to the different sides of the coin: Firstly; statements appear to reveal general judgments about hotel and / or working life. This reveals the ambiguity about contract standards between enterprise and employee and the standards of service/labour exchange. In other words, even if the hotel employee does not know his/her job description, he is in general but superficial awareness about the satisfaction of the customer and devoted work required in the service process as a general judgment, and this awareness guides his relationship with his work. Second, it also suggests that customer satisfaction has evolved into awareness or understanding that is widely adopted in hotels. This situation can be interpreted as a positive situation for hotel management as a service industry. Finally, it can be interpreted as the clues of a perception that very high standards were expected from employees.

Besides the lack of knowledge about job descriptions, definitions based on general (not related to the task process) information on expectations may be based on the difficulty of adopting these standards by employees as well as standardizing the service process.

It has been determined that communication possibility is the most favourite working environment feature for hotel employees, and customers' unsuitable approaches, shift work and intensity are the most antipathetic elements. Despite the lack of knowledge on job description, the majority of employees are satisfied with their jobs. It can be said that they think positively about business processes and promotion and sees a future in their business. In this case, it can be suggested that HRM teams should be more informative about job descriptions, and department managers should direct their teams through job descriptions. The positive attitude of the employees and the flexibility of the hotel service processes may not turn the low level of awareness into an important problem. However, it is considered that informing employees about their job descriptions can enable them to act more clearly and work more comfortably during the service process.

Keywords: Job description, job specifications, job satisfaction, hotel employee

KAMU HASTANELERİNDE VE ÖZEL HASTANELERDE YAPILAN DIŞ ÇEVRE ANALİZİNİN VİZYON VE MİSYON OLUŞTURMA İLE İLİŞKİSİ HAKKINDA YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ (ANKARA İLİNDE BİR UYGULAMA)¹

Kamu Hastanelerinde ve Özel Hastanelerde Yapılan Dış Çevre Analizinin Vizyon ve Misyon Oluşturma ile İlişkisi Hakkında Yönetici Görüşleri

141

Dr. Özlem DEMİR

ozlem_fe@hotmail.com

ORCID ID:https://orcid.org/0000-0002-6273-2309

Prof. Dr. Zekai ÖZTÜRK

*Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Sağlık Yönetimi Bölümü
zekai.ozturk@hbv.edu.tr*

ORCID ID:https://orcid.org/0000-0003-2569-7249

ÖZ

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Ankara ilinde faaliyette bulunan kamu ve özel hastanelerde yapılan dış çevre analizinin misyon ve vizyon oluşturma ile ilişkisi hakkındaki yönetici görüşlerinin belirlenmesidir.

Yöntem: “Dış Çevre Analizi” ve “Miyon ve Vizyon” ölçekleri geliştirilmiştir. Dış Çevre Analizi Ölçeği “Genel Çevre” ve “Sektörel Çevre” boyutlarında, Miyon ve Vizyon Ölçeği “Miyon” ve “Vizyon” boyutlarında incelenmiştir. AFA sonucu elde edilen dört faktörlü (genel çevre, sektörel çevre, miyon ve vizyon) yapının dış çevre analizi ölçeğinde toplam varyansın %40,134'lük; miyon ve vizyon ölçeğinde ise toplam varyansın 62,190'lık kısmını açıkladığı belirlenmiştir. Söz konusu ölçeklerin güvenilirliklerini belirlemek amacıyla Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı değeri incelenmiş ve bu değer “Dış Çevre Analizi” ölçeğinde yer alan ifadelerde 0,89; “Miyon ve Vizyon” ölçeğinde yer alan ifadelerde 0,93 olarak tespit edilmiştir. Ankara ilinde faaliyette bulunan kamu ve özel hastanelerde çalışan 600 üst ve orta düzey yönetici olduğu tespit edilerek, bu yöneticilerden tabakalı

¹ Bu makale Özlem DEMİR'in 2019 yılında yayımlanan “Kamu hastanelerinde ve özel hastanelerde yapılan dış çevre analizinin vizyon ve miyon oluşturma ile ilişkisi hakkında yönetici görüşleri (Ankara ilinde bir uygulama)” adlı doktora tezinden üretilmiştir.

örnekleme yöntemiyle seçilen 273 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Verilerin analizinde Manova Analizinden yararlanılmıştır.

Bulgular: Katılımcıların “Dış Çevre Analizi” ölçeğinde yer alan ifadelerle 3,56; “Misyon ve Vizyon” ölçeğinde yer alan ifadelerle 3,85 oranında katıldıkları belirlenmiştir. Dış çevre analizini kullanarak misyon ve vizyon oluşturma ile hastane türü değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Sonuç: Dış çevre analizi ve misyon ve vizyon ölçeğindeki görüşlere ilişkin ortalamaların özel hastanelerde çalışan yöneticilerde kamu hastanelerindeki yöneticilerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dış Çevre Analizi, Genel Çevre, Sektörel Çevre, Misyon, Vizyon.

ADMINISTRATIVE OPINIONSON THE RELATIONSHIP OF EXTERNAL ENVIRONMENTAL ANALYSIS IN PUBLIC AND PRIVATE HOSPITALS ON VISION AND MISSION BUILDING (AN APPLICATION IN ANKARA)

ABSTRACT

Aim: This study was conducted in order to determine the views of the managers about the relationship between the External Environmental Analysis and creating mission and vision in public and private hospitals in Ankara.

Method: “External Environmental Analysis” and “Mission and Vision” scales were used. In the study the External Environmental Analysis Scale was examined in the dimensions of “General Environment” and “Industrial Environment”; Mission and Vision Scale was examined in “Mission” and “Vision” dimensions. It was determined that the four-factor (general environment, sectoral environment, mission and vision) structure obtained from AFA explained the total variance of 40.134% on the External Environmental Analysis scale and the total variance of 62.190 on the mission and vision scale. In order to determine the reliability of these scales, Cronbach Alpha internal consistency coefficient value was examined and this value was calculated as .89 for “External Environmental Analysis” and as .93 for “Mission and Vision”. In this respect, it was determined that there were 600 senior and middle managers working in public and private hospitals in Ankara province. The questionnaire was applied to 273 people selected from these managers by stratified sampling method. Manova Analysis was used in the analysis of the data.

Findings: It was seen that there was a significant difference between mission and vision and hospital type by using External Environmental Analysis. The findings of the study showed that the participating managers agree with 3.56 percentage of

the statements in the External Environmental Analysis scale and 3.85 percent of the statements in the Mission and Vision scale. The findings of the research showed that there was a significant difference.

Results: It was determined that the averages for External Environmental Analysis and views on the mission and vision scale were higher in managers working in private hospitals than in managers in public hospitals.

Key Words: External Environmental Analysis, General Environment, Industrial Environment, Mission, Vision.

I. GİRİŞ

Dünyada yaşanan teknolojik, ekonomik, sosyal, siyasal, kültürel ve ekolojik değişim gerek özel sektörde gerekse kamu sektöründe yer alan tüm örgütleri yakından ilgilendirmektedir. Değişimle birlikte oluşan belirsizlik örgütleri yok olma tehlikesine karşı tedbir almaya yönlendirmektedir.

Günümüzde dinamik çevrelerde faaliyet gösteren örgütlerin başarıyı yakalayabilmesinde esas olan yönetim şekli stratejik yönetimdir. Çünkü stratejik yönetim değişim için örgütün önemli bir ivme kazanmasını sağlamaktadır (Demir ve Uğurluoğlu, 2015). Rekabet ortamında ayakta kalabilmek için örgütlerin stratejik yönetim sürecini yöneterek stratejik çözümler bulmaları, dinamik bir çevrede yer alan her örgüt için zorunlu hale gelmiştir.

Stratejik yönetim sağlık kuruluşları için önemli bir yönetim biçimidir. Çünkü sağlık sektöründe de yasal ve politik girişimler, ekonomik güçler ve pazar güçleri, demografik değişimler ve yaşam biçimi farklılıkları, teknolojik gelişmeler ve sağlık hizmetleri sunumundaki değişiklikler gibi hızlı ve önemli bir değişim yaşandığı görülmektedir. Sağlık kuruluşlarının yöneticileri bu dinamik çevredeki değişime yanıt vermek ve sağlık kuruluşunu etkili bir şekilde yönetmek durumunda kalmaktadırlar.

1940'lı yıllarda emek yoğun örgütler olarak faaliyet gösteren hastaneler, bina ve yataklar dışında çok az sermaye yatırımına ihtiyaç duymaktaydılar. Çünkü radyoloji, klinik laboratuvarlar ve fizik tedavi gibi bölümleri yoktu (Drucker, 2006: 176). Günümüzde ise hastaneler temiz odaların yanı sıra, ultrason cihazları, nükleer-manyetik görüntüleyiciler, kan ve doku analizi ve daha birçok yeni teknoloji için muazzam yatırımlar yapılan son derece sermaye yoğun örgütler haline gelmişlerdir. Her

teknolojik yatırımın yanında yüksek ücretli sağlık profesyonellerinin de istihdam edilmesi gerekmektedir.

Sağlık kuruluşları hızlı, karmaşık ve tahmin edilemeyen bu değişimle başa çıkabilmek için dış çevrenin doğasını ve uygulamalarını anlayan, etkili stratejiler geliştirme yeteneğine sahip, bunun yanında değişimi hesaplayabilen liderlere gereksinim duymaktadır (Demir ve Uğurluoğlu, 2015).

Sağlık kuruluşlarında stratejik yönetim süreci diğer sektörler gibi dış çevrenin incelenmesi sonucu mevcut tehditlerin ve fırsatların fark edilmesi ile başlamasına rağmen, diğer sektörlerin karşılaştığından çok daha fazla güçlüklerle karşı karşıya kalmaktadır. Sağlık sektöründe belirsizliğin yüksek olması, yapılan hataların insan yaşamı üzerindeki olumsuz etkileri, dış çevrede meydana gelen değişikliklerin sağlık sektörü üzerindeki dramatik etkisi, farklı özellikler taşıyan çok sayıda hizmetin (otelcilik, ameliyathane, radyoloji, laboratuvar, poliklinik, klinik vb.) bir arada ve kusursuz işleminin sağlanmaya çalışılması, hizmetlerin acil ve ertelenemez nitelikte olması gibi özelliklerinden dolayı stratejik yönetim, sağlık kuruluşları açısından çok önemlidir.

Dış çevrede meydana gelen değişimin sağlık kuruluşlarının yönetimi ve ekonomik kapasitesi, sağlık hizmetine erişim ve kalite üzerinde oluşturduğu baskı, değişen çevreye hızlı uyum sağlama, sağlık hizmetlerini daha etkili ve verimli sunmanın yollarını arama ve örgüt performansını artırma gibi konular üzerinde hassasiyetle durulmasını gerektirmektedir (Koopman, 1997: 1; Uğurluoğlu, 2013).

II. DIŞ ÇEVRE ANALİZİ

Stratejik yönetim sürecinin başlangıç aşamalarından olan dış çevre analizi, dış çevredeki hızlı değişimin zamanında farkına varabilmek ve önlem almak için kuruluşu etkileyen kişi ve kuruluşların etkileri karşısında, sağlık kuruluşunun konumunu belirlemeye çalışır (Bayın, 2014). Sağlık kuruluşlarında dış çevre analizi, sağlık kuruluşunun vizyonunun, misyonunun, değerlerinin, hedef ve amaçlarının belirlenmesi için gerekli olan bilgilerin elde edilmesine olanak tanır (Ginteret al., 1991).

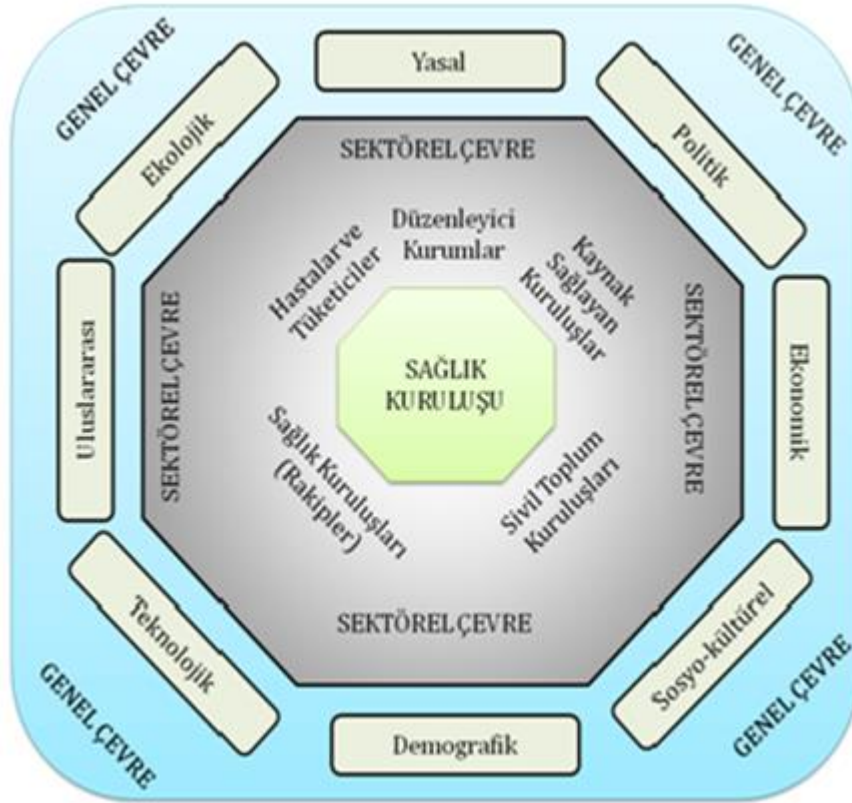
Sağlık kuruluşlarının dış çevresi diğer hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren aynı büyüklükteki örgütlere kıyasla çok daha karmaşıktır. Bunun nedeni sağlık sektöründe yer alan pek çok farklı türde paydaşın, düzenleyici kuruluşun, rakibin ve müşterinin olması, aynı zamanda kuruluşun bünyesinde pek çok farklı görev ve uzmanlıkta sağlık

profesyonellerinin bulunmasıdır (Alpkan ve Sezen, 2009: 19). Ayrıca sağlık sektörünün dış çevresinde meydana gelen değişim hızının giderek daha da arttığı gözlemlenmektedir (Zuckerman, 2002: 248)

2.1. Dış Çevrenin Bileşenleri

Dış çevre, örgütün içinde faaliyette bulunduğu çevredir ve birbiriyle ilişki ve etkileşim içinde olan çeşitli unsurlardan oluşmaktadır.

Dış çevrenin bazı unsurları örgütü dolaylı olarak etkilerken bazıları ise örgütle doğrudan ilişkilidir. Sağlık kuruluşlarının dış çevresi (Şekil 1), genel çevre ve sektörel çevre olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Örgütü dolaylı olarak etkileyen dış çevre unsurlarına genel çevre ya da uzak çevre adı verilirken; doğrudan ilişkili olduğu çevre sektörel çevre ya da yakın çevre olarak ifade edilmektedir (Ülgen ve Mirze, 2014: 80-81).



Şekil 1. Sağlık Kuruluşlarının Dış Çevresi

Kaynak: Uğurluoğlu, 2013: 157'den uyarlanmıştır.

Genel Çevre

Örgütün genel çevresinde çeşitli unsurlar yer almaktadır. Bu unsurlar örgütle doğrudan ilişkili olmamalarına karşın örgütün içinde bulunduğu sektör ve hizmet alanı üzerinde önemli etkilere sahip oldukları için, örgütün faaliyetlerini ve geleceğini etkileme özelliği taşımaktadırlar. Ancak, örgütün özelliği nedeniyle kimi genel çevre unsurları diğerlerine oranla daha önemli olabildiği için her örgüt kendi özelliklerine göre genel çevre unsurlarını sınıflamalı ve analiz etmelidir (Ülgen ve Mirze, 2014: 82).

Bir sağlık kuruluşunun izlemesi ve gerektiğinde yanıt vermesi gereken, kontrol edemediği genel çevresi, Şekil 1’de görüldüğü üzere sekiz önemli unsurdan meydana gelmektedir (Kotler et al., 2008: 73).

Sektörel Çevre

Sektör, birbirine yakın ikame ürünler üreten, birbirini doğrudan etkileyen ve etkilenen bir grup örgütün oluşturduğu topluluk olarak ifade edilebilir. Sektörel çevre genel çevreyle kıyaslandığında, örgütün stratejik rekabet gücü ve ortalamanın üzerinde getiri elde etme yeteneği üzerinde daha doğrudan bir etkiye sahiptir (Ireland et al., 2013: 46-47).

Sağlık hizmetlerinin sektörel çevresini oluşturan çok sayıda kurumu sınıflandırmak oldukça güç olmasına karşın temel olarak beş temel gruptan söz etmek mümkündür (Swayne et al., 2006: 65-68; Bayın, 2014) (bkz. Şekil 1).

III. MİSYON ve VİZYON

Misyon ve vizyon, önemli örgütsel kararlar alırken stratejileri yönlendirdiklerinden, yönlendirme stratejileri olarak isimlendirilmektedir. Misyon örgütün ayırt edici amacını veya varlık nedenini ortaya koyar. Vizyon, liderlerin örgütün amacını veya misyonunu yerine getirirken ulaşılmasını istediği şeylerin zihinsel imgesini ifade etmektedir (Ginter et al., 2013: 167).

Örgütün temel amacı etrafında şekillenen misyon örgütün varoluş sebebini belirler (Wheelen ve Hunger, 2012: 65). Uzun dönemde örgütün başarısını artırmanın ve stratejik yönetimin etkili olmasının başlangıç noktasıdır (Küçükali, 2011: 82). İyi tasarlanmış bir misyon bildirisi, bir örgütü kendi tipindeki diğer örgütlerden ayıran temel ve benzersiz amacı tanımlayan, faaliyet alanlarını belirleyen, iş felsefesini somutlaştıran, yansıtmak istediği imajı yansıtan ve toplum için sağlanan faydayı belirten kalıcı bir niyet beyanı olarak ifade edilir (Hunger ve Wheelen, t.y.: 4; Toftoy

ve Chatterjee, 2004). Bir diğer anlatımla misyon, örgütün kuruluş amacını ve varlık nedenini somut bir hale getirir (Buzlu, 2014: 24).

Vizyon örgütün 'gelecekte ne olmak istediğinin' bir ifadesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütün gelecekte ulaşmak istediği hedefi ortaya koyar; bu hedefin hangi temeller üzerine kurulacağı ve nasıl bir geleceğin oluşturulmak istendiği konularında yol gösterir (Kılıç, 2010-2). Vizyon, örgütün bir hedefe odaklanmasını ve bu hedefe yönelmesini sağlayan bir araçtır (Ülgen ve Mirze, 2014: 177-178) ve bugünden geleceği görme imkanı tanır (Muslu, 2014).

IV. YÖNTEM

Ankara ilinde hizmet sunan sağlık kuruluşlarından olan kamu hastanelerinde ve özel hastanelerde yapılan dış çevre analizinin misyon ve vizyon oluşturma ile ilişkisine yönelik yönetici görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada; araştırmacılar tarafından "dış çevre analizi ölçeği" ve "misyon ve vizyon ölçeği" geliştirilmiştir. Ölçeklerden elde edilen veriler doğrultusunda yöneticilerin dış çevre analizine ve vizyon ve misyon oluşturulmasına yönelik görüşleri tespit edilirken, hastane türü değişkeni ile dış çevre analizini kullanarak misyon ve vizyon oluşturulması arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Bu çalışmada stratejik yönetim çalışmalarından yalnızca dış çevre analizi ele alınarak misyon ve vizyon oluşturmaya etkisi incelenmiştir. Daha sonra yapılacak olan çalışmalarda iç çevre analizi unsurlarının da araştırılması ve bu çalışmanın benzer çalışmalara veri teşkil etmesi beklenmektedir.

Araştırmanın evreni, Ankara ilinde faaliyet gösteren kamu ve özel hastanelerde görev yapan üst ve orta düzey yöneticilerden meydana gelmektedir. 2018 yılında Ankara ilindeki kamu ve özel hastanelerde üst ve orta düzey yönetici olarak çalışan kişi sayısı 600 olarak tespit edilmiştir. Bu sayı kamu hastaneleri için Ankara İl Sağlık Müdürlüğü'nden özel hastaneler için ise tek tek hastanelerle görüşülerek elde edilmiştir. Ankara ili sınırları içerisinde kamuya ait hastane sayısı 38 iken, özel hastane sayısı 35'tir. Araştırmanın yapıldığı Mart 2018 - Mayıs 2018 tarihleri arasında kamu hastanelerinde yönetici kadrolarında çalışan kişilerin sayısı 364 iken özel hastanelerde 236 olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın örneklemini ise, yöneticiler arasından tabakalı örnekleme yöntemi ile seçilen kişiler meydana getirmiştir. Tabakalar hastane türü değişkenine göre kamu hastaneleri ve özel hastaneler olarak

belirlenerek, kamu hastanelerinden 180, özel hastanelerden ise 93 olmak üzere toplam 273 yöneticiye anket uygulaması yapılmıştır.

Söz konusu örneklemin yeterli olup olmadığı konusunda ise anakütle büyüklüğünün bilindiği durumlarda (600) kullanılan t kritik değeri (serbestlik derecesine göre) 1,96 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada örneklem sayısının belirlenmesinde güvenirlilik düzeyi %95 ve örneklem hata payı 0,05'tir.

Betimsel ve ilişkiyel bir tarama modeli olan bu çalışmada, verileri elde etmek için 48 önermeden oluşan bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçek içerisinde üç bölüm bulunmaktadır. Birinci bölümde yer alan kişisel bilgi formunda hastane türü, cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, mezun olunan bölüm, görev ve görev süresi ile ilgili önermeler yer almaktadır (bkz. Tablo 4).

İkinci bölümde yer alan Dış Çevre Analizi Ölçeği 27 önermeden oluşmaktadır. Ölçek içerisinde; 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16. önermeler genel çevre boyutunu; 1, 8, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26 ve 27. önermeler sektörel çevre boyutunu ifade etmektedir (bkz. Tablo 5).

Toplam 14 önermeden oluşan üçüncü bölümde yer alan Misyon ve Vizyon Ölçeği'nde, 1, 3, 5, 8 ve 11. önermeler misyon boyutunu; 2, 4, 6, 9 ve 12. önermeler vizyon boyutunu oluşturmaktadır. Bu kısımda 7, 10, 13 ve 14. önermeler hem misyon hem de vizyon soruları olarak yer aldığından, bu önermeler faktör analizinden çıkarılmıştır (bkz. Tablo 6).

4.1. Dış Çevre Analizi, Misyon ve Vizyon Ölçeklerinin Geliştirilme Süreci

Ölçek geliştirmede kapsam geçerlik çalışmalarında deneysel süreç baz alınmıştır. Deneysel süreç; ölçülecek özelliğin belirlenmesi, aday ölçeğin elde edilmesi, uzman görüşlerinin alınması ve ölçek maddelerinin belirlenmesi aşamalarından sonra yeterli sayıdaki örnekleme uygulama yapılması ile madde/faktör analizi ile maddelerin belirlenmesi süreçlerinden oluşmaktadır (Yurdugül, 2005). Alanyazın incelemesi sırasında konu ile ilgili yapılmış tez, makale ve kitaplar incelenmiş; Ginter ve arkadaşlarının 2013 yılında yayımladığı "The Strategic Management of Health Care Organizations" adlı kitabında dış çevre analizi ile vizyon ve misyon konusunda yer alan bilgiler içerisinden anket maddesi oluşturabilecek ifadeler belirlenmiştir. Bunun yanında stratejik yönetim alanında çalışmalar yapan öğretim üyeleri ile görüşülerek bu kişilerin beyanları eklenmiştir. Oluşturulan aday ölçekle ön uygulama yapılmıştır.

Sonraki aşamada öğretim üyelerinin görüşleri çerçevesinde toplamda 41 ölçek maddesi belirlenmiş ve 5'li Likert şeklinde anket oluşturulmuştur. Ölçeğin iki araştırma görevlisi tarafından incelenmesi sağlanarak görünüş açısından düzenlemesi yapılmış, 273 kişiye uygulama yapılmıştır.

Ölçek yapısının incelenmesinde ilk olarak ölçek ifadelerinin boyutlanabilir düzeyde olup olmadığı tespit edilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü üzere, Barlett's küresellik testinin sonucunun istatistiksel olarak anlamlı ($\chi^2= 3918,864; 2556,234; p<0,05$) olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, ölçekte yer alan ifadelerin faktör analizine uygun olduğu ortaya çıkmıştır. KMO değeri dış çevre analizi ifadelerinde 0,86; misyon ve vizyon ölçek ifadelerinde 0,73 olarak hesaplanmış ve erişilen örneklem sayısının yeterli düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1.

“Dış Çevre Analizi” ile “Misyon ve Vizyon” ölçeklerinde yer alan ifadelerin bileşen analizine uygunluk test sonucu

KMO ve Barlett's Test Sonuçları			
		Dış Çevre Analizi	Misyon ve Vizyon
KMO Örneklem Yeterliliği İstatistiği		,86	,73
Barlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	3918,864	2556,234
	Df	351	45
	P	,00	,00

Elde edilen veriler doğrultusunda Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmış, directoblimin tekniğiyle yapılan döndürme işlemi sonrası maddelerin faktör yük değerleri ve ölçek boyutları Tablo 2'de gösterilmiştir. Tüm ifadelerin faktör yük değeri 0.30'un üstünde olduğu için herhangi bir madde ölçekten çıkarılmamıştır.

“Dış çevre analizinin misyon ve vizyon oluşturma ile ilişkisine yönelik yönetici görüşleri” 4 faktörlü (genel çevre, sektörel çevre, misyon ve vizyon) yapıdan oluşmaktadır. Bu yapı dış çevre analizi ölçeğinde toplam varyansın %40,134'lük; misyon ve vizyon ölçeğinde ise toplam varyansın 62,190'lık kısmını açıklarken, her bir alt faktör toplam varyansın en az %5'ini açıklamıştır (Seçer, 2013: 127). AFA sonucu elde edilen 4 faktörlü yapının açıkladığı varyansın genel çevrede 26.370, sektörel çevrede 13,764, misyonda 52.112 ve vizyonda 10,078 olarak ortaya çıktığı görülmüştür (Tablo 2).

Dört faktörden oluşan ölçek boyutlarının adlandırılmasında, maddelerin içerdiği anlamlar dikkate alınarak; birinci boyutta yer alan maddeler “genel çevre”, ikinci boyutta yer alanlar “sektörel çevre”, üçüncü boyutta yer alan maddeler “misyon”, dördüncü boyuttakiler ise “vizyon” olarak adlandırılmıştır.

Tablo 2.
“Dış Çevre Analizi” ile “Misyon ve Vizyon” Ölçeklerinin Faktör Analizi Sonuçları

Faktör ve Maddeler	Faktör	Faktör ve Maddeler	Faktör
Genel Çevre	1	Sektörel Çevre	2
S2	,53	S1	,52
S3	,37	S8	,63
S4	,35	S17	,70
S5	,33	S18	,70
S6	,52	S19	,61
S7	,58	S20	,62
S9	,51	S21	,74
S10	,61	S22	,79
S11	,59	S23	,83
S12	,56	S24	,82
S13	,62	S25	,80
S14	,57	S26	,85
S15	,46	S27	,80
S16	,44		
Öz Değerler	7,60		4,35
Açıklanan varyans	26,370		13,764
Faktör ve Maddeler	Faktör	Faktör ve Maddeler	Faktör
Misyon	1	Vizyon	2
S1	,89	S2	1,00
S3	,69	S4	,75
S5	,68	S6	,69
S8	,92	S9	,87
S11	,44	S12	,43
Öz Değerler	5,58		1,25
Açıklanan varyans	52,112		10,078

V. BULGULAR

Dış Çevre Analizi ölçek ifadelerinin Cronbach’s Alpha Katsayısı 0,89; Misyon ve Vizyon ölçek ifadelerinin ise 0,93 olarak belirlenmiştir (bkz.

Tablo 3). Bu oran, Kalaycı'ya göre anket sorularının güvenilir olduğunu ortaya koymuştur (Kalaycı, 2005: 405).

Araştırma kapsamında yer alan değişkenlerin normallik test sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır. Buna göre hem dış çevre analizi hem de misyon ve vizyon ölçeklerine ait değişkenlerin basıklık değerinin 10'dan küçük, çarpıklık değerinin ise 3'ten küçük olması nedeniyle normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 3.
Normallik Test Sonuçları

Dış Çevre Analizi	Skewness	-.327
	Kurtosis	.313
Misyon ve Vizyon	Skewness	-1.040
	Kurtosis	1.962

5.1. Katılımcılara Ait Genel Betimsel İstatistikler

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları Tablo 4'te yer almaktadır. Bu sonuçlara göre, katılımcıların %65,9'unun kamu; %34,1'inin ise özel hastanelerde çalıştığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların %56,8'inin erkek, %36,6'sının 46 ve üzeri yaş grubunda, %48,7'sinin lisans mezunu, %31,5'inin tıp fakültesi mezunu olduğu belirlenmiştir. Mezun olunan bölüm önermesine diğer seçeneğini işaretleyen katılımcıların Çocuk Gelişimi ve Eğitimi, Su Ürünleri, Eczacılık, Sosyal Hizmetler, Sağlık Eğitimi, Spor Yönetimi ve Turizm bölümü mezunu oldukları görülmüştür. Görev dağılımlarına bakıldığında araştırmaya katılanların %30'unun hastane müdürü olduğu, %59,7'sinin 5 yıl ve daha az süre hizmet verdikleri ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.
Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Hastane Türü	N	%
Kamu	180	65,9
Özel	93	34,1
Toplam	273	100,0
Cinsiyet	N	%
Kadın	118	43,2
Erkek	155	56,8
Toplam	273	100,0

Tablo 4. Devamı

Kamu Hastanelerinde ve Özel Hastanelerde Yapılan Dış Çevre Analizinin Vizyon ve Misyon Oluşturma ile İlişkisi Hakkında Yönetici Görüşleri	Yaş	N	%
	≤25	2	,7
26-30	13	4,8	
31-35	42	15,4	
36-40	63	23,1	
41-45	53	19,4	
≤46	100	36,6	
Toplam	273	100,0	
Öğrenim Durumu	N	%	
Lisans	133	48,7	
Yüksek Lisans	86	31,5	
Doktora	54	19,8	
Toplam	273	100,0	
Mezun Olunan Bölüm	N	%	
Tıp	86	31,5	
Hemşirelik	35	12,8	
İşletme	54	19,8	
Sağlık Yönetimi	51	18,7	
Mühendislik	7	2,6	
Fen Bilimleri	5	1,8	
Kamu Yönetimi-İktisat-Maliye-	26	9,5	
Diğer	9	3,3	
Toplam	273	100,0	
Kurumdaki Görev	N	%	
Başhekim	23	8,4	
Başhekim Yardımcısı	62	22,7	
Hastane Md.	82	30,0	
Hastane Md. Yard.	63	23,1	
Kalite Direktörü	14	5,1	
Koordinatör	10	3,7	
Başhemşire-Sağlık Bakım Hiz.	19	7,0	
Toplam	273	100,0	
Görev Süresi	N	%	
≤5 yıl	163	59,7	
6-10 yıl	53	19,4	
11-15 yıl	29	10,6	
16-20 yıl	14	5,1	
≥21 yıl	14	5,1	
Toplam	273	100,0	

5.2. Dış Çevre Analizi Ölçeğine Yönelik Elde Edilen Bulgular

Araştırmada genel çevre analizine yönelik ölçek ifadeleri ortalamalarının yüksek düzeyde olduğu, sektörel çevre analizi içerisindeki rakip analizine yönelik ifadelerin ortalamalarının ise orta düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır (Tablo 5). Fakat rakip analizine yönelik ifadeler içerisindeki “Rakiplerin amaç ve yetenekleriyle ilgili hastane yöneticileri arasında fikir birliği oluşur, böylece seçilen stratejiye olan bağlılık artar.” ifadesine ait ortalamanın yüksek olduğu tespit edilmiştir (Ort.=3,42).

Tablo 5’te dış çevre analizi ölçeğinde en yüksek değerli ortalamanın “Hastanemizdeki stratejiler, toplumun ahlaki ve etik davranış kurallarına uygundur.” (Ort.=4,20) ifadesine; en düşük ortalamanın ise, “Hastane çalışanları rakiplerle ilgili sürekli bilgilendirilir.” ifadesine ait olduğu belirlenmiştir (Ort.=2,85).

Tablo 5.
Dış Çevre Analizi Ölçeğine Yönelik Betimsel İstatistikler

	Dış Çevre Analizinde Yer Alan Önergeler	Ort.	S
1.	Sağlık sektörü her zaman önemli oranda dış çevrenin etkisi altındadır.	3,95	0,959
2.	Dış çevrede her zaman beklenmedik olaylar ve durumlar söz konusudur.	4,02	0,822
3.	Dış çevredeki belirsizliklerin getireceği riskler dış çevre analizi ile en aza indirilmektedir.	3,85	0,838
4.	Hastanemiz dış çevre analizine ilişkin verileri stratejik planlamada kullanmaktadır.	3,47	1,040
5.	Hastanemiz tüm fonksiyonlarında stratejik planlama sonuçlarını kullanmaktadır.	3,50	0,986
6.	Hastanemizin stratejileri, toplumun ahlaki ve etik davranış kurallarına uygundur.	4,20	0,762
7.	Hastanemizin performansı, genel çevredeki beklenmedik olaylardan ve eğilimlerden etkilenmektedir.	3,72	0,983
8.	Hastanemizin performansı, sağlık çevresindeki (sektör çevresi) beklenmedik olaylardan ve eğilimlerden etkilenmektedir.	3,72	0,998

Tablo.5. Devamı

9.	Dış çevredeki yeni eğilimlerin, konuların ya da olayların bir sonucu olarak yeni fırsatlar ortaya çıkmaktadır.	3,88	0,723
10.	Dış çevredeki yeni eğilimlerin, konuların ya da olayların bir sonucu olarak yeni tehditler ortaya çıkmaktadır.	3,85	0,767
11.	Teknolojik gelişmeler hastanemizin stratejilerini etkiler.	4,08	0,910
12.	Sosyal ve demografik değişiklikler (etnik değişiklikler, dil engelleri, aile yapısı) hastanemizin stratejilerini etkiler.	3,66	0,973
13.	Yasal / politik değişiklikler hastanemizin stratejilerini etkiler.	3,92	0,930
14.	Ekonomik konular hastanemizin stratejilerini etkiler.	3,97	0,909
15.	Uluslararası çevrede meydana gelen olaylar hastanemizin stratejilerini etkiler.	3,45	1,007
16.	Ekolojik değişiklikler hastanemizin stratejilerini etkiler.	3,57	0,953
17.	Hastanemiz rakip bilgilerini elde ederek piyasadaki sürprizlerden kaçınır.	2,95	1,089
18.	Pazardaki rakiplerin varlıkları, yetenekleri, geleceğe yönelik hedefleri değerlendirilir.	3,32	1,052
19.	Hastane çalışanları rakiplerle ilgili sürekli bilgilendirilir.	2,85	1,074
20.	Hastane kıyaslama (benchmarking) yoluyla bilgi elde eder.	3,27	1,004
21.	Rakiplerin amaç ve yetenekleriyle ilgili hastane yöneticileri arasında fikir birliği oluşur, böylece seçilen stratejiye olan bağlılık artar.	3,42	1,004
22.	Rakip bilgileriyle hastanenin bütününde stratejik düşünme teşvik edilir.	3,28	1,031
23.	Rakip bilgileri varolan pazar nişlerinin fark edilmesini sağlar.	3,34	0,992
24.	Hastanemiz rakip bilgilerini kullanarak uygulanabilir bir strateji seçer.	3,15	1,039
25.	Stratejinin başarıyla uygulanmasına rakip bilgileri katkıda bulunur.	3,29	1,016
26.	Elde edilen bilgilerle rakiplerin hamleleri öngörülür.	3,21	1,037
27.	Rakibin hamlesine yanıt verme süresini kısaltabilmek rakip bilgilerine bağlıdır.	3,25	1,083

5.3. Misyon ve Vizyon Ölçeğine Yönelik Elde Edilen Bulgular

Misyon ve vizyon ölçeğinde yer alan ifadelerin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 6'dayer almaktadır. Bu değerler içinde en yüksek ortalamanın "Hastanemizin temel değerleri anlamlıdır." (Ort.=4,19) ifadesine ait olduğu, en düşük ortalamanın ise, "Hastanemizin vizyonu benzersizdir." ifadesine ait olduğu görülmüştür (Ort.=3,49).

Tablo 6.
Misyon ve Vizyon Ölçeğine Yönelik Betimsel İstatistikler

Misyon ve Vizyon Ölçeğinde Yer Alan Önergeler	Ort.	S
1. Hastanemizin misyonu benzersizdir.	3,55	1,053
2. Hastanemizin vizyonu benzersizdir.	3,49	1,058
3. Misyon bildirisi yeniliğe izin verir.	3,93	0,817
4. Vizyon bildirisi yeniliğe izin verir.	3,97	0,750
5. Misyon bildirisi paydaşların ihtiyaçlarını karşılar.	3,87	0,763
6. Vizyon bildirisi paydaşların ihtiyaçlarını karşılar.	3,87	0,796
7. Hastanemizin temel değerleri anlamlıdır.	4,19	0,644
8. Stratejik hedefler misyona ulaşmayı sağlar.	4,10	0,716
9. Stratejik hedefler vizyona ulaşmayı sağlar.	4,11	0,702
10. Dış çevre analizi hastanemizin misyonu ve vizyonu için düzenli bilgi sunmaktadır.	3,73	0,862
11. Hastanemiz dış çevre analizi sonuçlarından yararlanarak misyon oluşturur.	3,65	0,858
12. Hastanemiz dış çevre analizi sonuçlarından yararlanarak vizyon oluşturur.	3,68	0,869
13. Hastanenin misyon ve vizyonunu tüm çalışanların benimsemesi sağlanmaktadır.	3,80	0,903
14. Misyon ve vizyon bildirimleri hastanemizin performansı açısından önemlidir.	4,03	0,831

5.4. Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmada dış çevre analizini kullanarak misyon ve vizyon oluşturmanın hastane türü değişkenine göre anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığı ile ilgili sonuçları elde etmek için MANOVA analizi yapılmıştır. Değerlendirmede anlamlılık düzeyi (p) 0,05 olarak belirlenmiştir.

H₁: Hastanelerin kamu ve özel statüde olmaları ile dış çevre analizi sonuçlarını kullanarak misyon ve vizyon oluşturulması arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 7'de dış çevre analizi ve misyon ve vizyon ölçeğindeki görüşlere ilişkin ortalamaların özel hastanelerde çalışan yöneticilerde daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Ort.=3,72; Ort.=3,97).Dış çevre analizi ölçek ifadelerinin varyanslarının eşit olduğu; ancak misyon ve vizyon ölçeği içerisinde yer alan ifadelerin varyanslarının eşit olmadığı tespit edilmiştir (p=0,176; p=,043).Kovaryans matrislerinin ise eşit düzeyde olduğu belirlenmiştir (p=0,33).

Tablo 7 incelendiğinde, hastane türü bağımsız değişkeninin Wilk'sLambda değeri 0,05'ten küçük olmasından ötürü dış çevre analizinin misyon ve vizyon oluşturmasına yönelik etkisinin hastane türü değişkenine göre anlamlı bir düzeyde farklılaştığı görülmüştür (p=0,00). Bu sonuç, yöneticilerin dış çevre analizini kullanarak misyon ve vizyon oluşturmaları üzerinde hastane türü değişkeninin etkili olduğunu göstermiştir. Söz konusu etki düzeyine baktığımızda ise kısmi eta-kare değerinin 0,054 olduğu görülmektedir. Bu değer, hastane türü değişkeninin bağımlı değişkenlerdeki değişimin %5,4'ünü açıkladığını ifade etmektedir.

Tablo 7.
Manova Analizi Sonuçları

	Hastane Türü	Ortalama	Standart Sapma	Kişi Sayısı
Dış Çevre	Kamu	3,48	,486	180
	Özel	3,72	,477	93
	Toplam	3,56	,495	273
Misyona ve Vizyon	Kamu	3,80	,632	180
	Özel	3,97	,545	93
	Toplam	3,85	,609	273
Wilk's Lambda	Kısmi Eta-Kare	F	Hipotez df	Hata df
,00	0,054			
Dış Çevre Analizi: .00		7.631	2.000	270.000
Misyona ve Vizyon: .03				
Varyansların Eşitliği: Dış Çevre=,176; Misyona ve Vizyon=,043				
Kovaryans Matrisleri Eşitliği: ,33				

VI. TARTIŞMA

O'Connell ve Zimmerman tarafından 1979 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ndeki (ABD) ve Avrupa'daki yöneticilere uygulanan bir çalışmada çevresel etki alanlarından elde edilen bilginin stratejik kararlar üzerindeki göreceli etkisi araştırılmıştır. Çevresel etki alanı sosyal, politik, ekolojik, ekonomik ve teknolojik çevre olarak beş kategoriye ayrılmış ve araştırmaya katılan yöneticiler, stratejik kararların en çok ekonomik çevreden etkilendiğini gelecekte de yine en çok ekonomik çevreden etkileneceğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Bu araştırmada da genel çevre sekiz bölümde incelenmiş; yasal, politik ve uluslararası çevre unsurları eklenmiştir. Araştırmada genel çevre analizindeki bu sekiz unsura ait ortalamaların yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Ginter ve arkadaşları 1991 yılında yazdıkları makalede sağlık hizmetlerinde dış çevre analizinin önemini 'Göremediğinize Vuramazsınız' şeklinde bir başlık seçerek vurgulamışlardır. Dış çevre analizini, dış çevredeki durumları ve koşulları anlama ve örgütü dış çevre koşullarına göre şekillendirme süreci olarak ifade etmişlerdir. Dış çevre analizinin sonuçlarının örgütün vizyon, misyon ve hedeflerinin gelişmesine katkı sağlayacağını, örgütün iç çevre analizine odaklanmasına yardımcı olacağını ve sonunda örgütün stratejisini doğrudan etkileyeceğini belirtmişlerdir.

Doğan'ın 2002 yılında yaptığı bir araştırmada, araştırmaya katılan yöneticilerin vizyon ve misyon kavramları hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları ve gelecekteki başarıya imza atabilmek için riskleri göze almaları gerektiğini düşündükleri görülmüştür. Bu çalışmada da hastane vizyon ve misyonları belirlenirken diğer hastane vizyon ve misyonlarının etkisi altında kalındığı ortaya çıkmıştır.

Soylu ve İleri'nin 2010 yılında yayımladıkları 'Hastanelerde Stratejik Yönetim Uygulamaları' adlı makalelerinde bir üniversite hastanesindeki stratejik yönetim olgusunun yönetim kademesi tarafından bilinip bilinmediği, kurum içi politika ve uygulamalarda belli bir stratejik plana uyulup uyulmadığı, yöneticilerin, kurumun misyon, vizyon ve politikalarını bilip bilmediği ve ona göre hareket edip etmediği, kurum içinde stratejik yönetim konusunda eğitim verilir verilmeyeceği incelenmiştir. Yapılan anket çalışması sonucunda yönetim kademesinin konuya tam olarak hakim olmadığına yönelik veriler tespit edilmiştir. Bu çalışmada da dış çevre analizi yapma ile misyon ve vizyon belirleme konusunda kamu hastaneleri ve özel hastaneler arasında farklılıklar görülmüştür.

VII. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma sonucunda dış çevre analizi yapılması ve elde edilen verilerle misyon ve vizyon oluşturulması konusunda kamu hastaneleriyle özel hastaneler arasında farklılıklar olduğu; özel hastane yöneticilerine ait ortalamaların kamu hastanelerindeki yöneticilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Çıkan bu sonuç özel hastanelerin dış çevre analizi ve misyon ve vizyon oluşturulması konularına daha fazla hassasiyet gösterdiklerini düşündürmektedir.

Kamu hastanelerinde görev yapan yöneticilerin ve çalışanların dış çevre analizi konusunda farkındalıklarını artırıcı çalışmaların yapılması önerilir. Çünkü küreselleşme ve sağlık sektörünün hızlı ve sürekli değişimi kamu hastanelerinin de stratejik yönetim konularına kayıtsız kalmamalarını gerektirmektedir. Bu konuda özel hastaneler kadar kamu hastanelerinin de üzerlerine düşeni yapmaları gerekmektedir.

Araştırmaya katılan yöneticilerin üst ve orta düzey yöneticilerden olduğu düşünüldüğünde sağlık yönetimi mezunu yöneticilerin ortalamasının düşük olduğu tespit edilmiştir (%18,7). Sağlık yöneticisi kadrolarına sağlık yönetimi alanında öğrenim görmüş, yeterli bilgi ve donanıma sahip kişilerin getirilmesinin, değişim ve belirsizliğin çok yüksek

olduğu sağlık kuruluşlarının ilerlemesinde sağlayacağı faydanın yüksek olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada sağlık kuruluşlarının genel çevreden yüksek düzeyde etkilendiği tespit edilmiştir. Stratejiler geliştirilirken genel çevreye ilişkin konular üzerinde daha hassasiyetle durulması, sürekli olarak ve belli aralıklarla dış çevre analizi yapılması önerilir.

Araştırmaya göre dış çevrede meydana gelen tehditlerden ve fırsatlardan sağlık kuruluşlarının yüksek düzeyde etkilendikleri, bu tehdit ve fırsatların stratejik planlama çalışmalarında dikkate alındığı tespit edilmiştir. Katılımcılar stratejik planlama çalışmaları sırasında etik ve ahlaki değerlere son derece dikkat edildiğini ifade etmişlerdir.

Rakip analiziyle ilgili önermelerin ortalamalarının düşük olması özellikle kamu hastanelerinde ‘rakip’ anlayışından çok ‘emsal’ anlayışının hakim olduğunu ve hiçbir sağlık kuruluşunun rakip olarak değerlendirilmediğini düşündürmektedir. Sektörel analizler içerisinde yer alan rakip analizlerinin daha sık ve sürekli olarak yapılması, özellikle kamu hastaneleri yöneticilerinin rakiplerle ilgili farkındalıklarını artırıcı çalışmaların yapılması önerilir.

Dış çevre analizi içerisinde yer alan ifadelerden en düşük ortalamaların “Hastane çalışanları rakiplerle ilgili sürekli bilgilendirilir” ifadesine ait olduğu görülmüştür. Bu durum hem rakip çevre analizinin hem de bir bütün olarak stratejik yönetim çalışmalarının üst yönetim tarafından değerlendirildiğini, çalışanların bu konuda bilgilendirilmeleri için yeterli çabanın olmadığını göstermektedir. Oysaki dış çevrenin tüm unsurları hakkında yeterli bilgiye sahip olan çalışanların örgütsel bağlılıklarının artacağı düşünülebilir. Ayrıca hastane yöneticilerinin, çalışanların bilgi ve deneyimlerinden yararlanacağı söylenebilir.

“Rakiplerin amaç ve yetenekleriyle ilgili hastane yöneticileri arasında fikir birliği oluşur, böylece seçilen stratejiye olan bağlılık artar” ifadesine verilen yanıtların ortalamasının yüksek olduğu görülmüştür. Bu önermeden hareketle hastane yöneticilerinin stratejik yönetim çalışmaları sırasında kendi aralarında fikir birliği oluştuğu düşünülebilir.

‘Miyon ve Vizyon’ ölçeğinde yer alan ifadelerine verilen yanıtların ortalamaları yüksektir. Buna karşın en düşük ortalamaların “Hastanemizin misyonu benzersizdir”, “Hastanemizin vizyonu benzersizdir” ifadelerine ait olduğu görülmüştür. Ayrıca “Miyon bildirisi paydaşların ihtiyaçlarını karşılar” ve “Vizyon bildirisi paydaşların ihtiyaçlarını karşılar” ifadelerinin ortalamalarının da düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, miyon ve

vizyon oluşturma çalışmaları yapan kişilerin diğer kuruluşların misyon ve vizyonlarından etkilendiğini göstermektedir.

Sağlık kuruluşlarının misyon ve vizyon bildirimlerini hazırlarken, gerekli analizleri yaparak kuruluşu en iyi yansıtan, belirgin bir biçimde hedeflerini ortaya koyan ifadelerin seçilmesi önerilir. Başka kuruluşların misyon ve vizyonlarından alınan ifadeler sağlık kuruluşunun kendi paydaşlarının ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde olmayabilir. Misyon ve vizyon oluşturma çalışmalarının diğer kuruluşlardan etkilenmeden yapılması ve paydaşların ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte olması gerekmektedir.

Alanyazın taramasında dış çevre analizine yönelik yapılan az sayıda araştırma dışında genellikle derleme şeklinde yazılan makalelere rastlanmıştır. Stratejik yönetim alanında yapılan araştırmaların sınırlı olduğu düşünülebilir. Araştırmacıların bu alana yönelik daha fazla çalışmaları, stratejik yönetim içerisinde çok fazla çalışılmamış alanlara yönelmeleri önerilir. Tüm bu hususlar dikkate alınarak araştırmacılar tarafından geliştirilen bu ölçeğin bundan sonra yapılacak bilimsel araştırmalar açısından ilham verici olması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Alpkan L. ve Sezen B. (2009). Sağlık İşletmelerinde Stratejik Yönetim. içinde Ali Coşkun ve Ahmet Akın (Ed.), Sağlık İşletmeleri Yönetim Rehberi, ss. 11-32, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Bayın, G. (2014), Sistem Yaklaşımı Bakış Açısıyla Sağlık Kurumlarında Dış Çevre Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 99-120.
- Buzlu, V. (2014). Stratejik Yönetim, Planlama ve Sağlık Sektörü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demir, İ. B. ve Uğurluoğlu, Ö. (2015). Sağlık Kurumlarında Stratejik Yönetim Araçları. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 18(2): 219-251.
- Doğan, S. (2002). İşletmelerde Vizyon ve Misyon Bildirisi Geliştirme ve Önemi Üzerine Bir Araştırma. *Amme İdaresi Dergisi*, 35(1): 143-174.
- Drucker, P. F. (2006). Klasik Drucker-Peter Drucker'ın Harvard Business Review Dergisinde Yayımlanmış Seçkin Makalelerinden Bir Derleme. Özgün Adı: Classic Drucker. Harvard Business School Publishing Corporation, 2006, Zülfü Dicleli (çev.), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.
- Ginter, P., Duncan, W. J. Ve Swayne, L. E. (2013). The Strategic Management of HealthCare Organizations. Seventh Edition. San Francisco: Jossey-Bass.

- Ginter, P., Duncan, W. J., Richardson, W. D. ve Swayne, L. E. (1991). AnalyzingTheHealthCare Environment: "YouCan't Hit WhatYouCan'tSee". *HealthCare Management Review*, 16(4): 35-48.
- Hunger, D. ve Wheelen, T. L. Essentials of Strategic Management. HR Folks International, <http://www.biotechconsultancy.net/files/news/management/Strategic-Management-Essentials.pdf> (Erişim Tarihi: 23.02.2018).
- Ireland, R. D., Hoskisson, R. E. ve Hitt, M. A. (2013). The Management of Strategy, ConceptsandCases (International Edition). 10th Edition, Canada: South-Western Cengage Learning.
- Kalaycı. Ş. (2005). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kılıç, M. (2010-2). Stratejik Yönetim Sürecinde Değerler, Vizyon ve Misyon Kavramları Arasındaki İlişki. *Sosyoekonomi*, Temmuz-Aralık, 82-98.
- Koopman, M. A. (1997). Effect of SelectedEnvironmentalFactors on HospitalAdministrativeStructure. Doctor of Philosophy. USA: A DissertationFromTempleUniversity.
- Kotler, P., Shalowitz, J. ve Stevens, R. J. (2008). Strategic Marketing ForHealthCareOrganizations: Building A Customer-DrivenHealthSystem. San Francisco: Jossey-Bass.
- Küçükali, R. (2011). Yönetim Felsefesi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Muslu, Ş. (2014). Örgütlerde Misyon ve Vizyon Kavramlarının Önemi. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(5): 150-171.
- O'connell, J. J., Zimmerman, J. W. (1979). ScanningThe International Environment. *California Management Review*, 22(2): 15-23.
- Seçer, İ. (2013). SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Soylu, Y. İleri, H. (2010). Hastanelerde Stratejik Yönetim Uygulamaları: S.Ü. Meram Tıp Fakültesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 13(1-2): 79-96.
- Swayne, L. E. Duncan, W. J. ve Ginter, P. M. (2006). Strategic Management of HealthCareOrganizations. Blackwell Publishing, Fifth Edition, Elektronik Sürüm.
- Toftoy, C. N. ve Chatterjee, J. (2004). MissionStatementsandthe Small Business. *Business StrategyReview*, 15(3): 41-44.
- Uğurluoğlu, Ö. (2013). Sağlık Kurumlarında Dış Çevre Analizi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 24(2): 155-177.
- Ülgen, H. ve Mirze S. K. (2014). İşletmelerde Stratejik Yönetim. 7. Baskı, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.

İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), 2020; 8(1): 141-165. DOI: 10.22139/jobs.650229

- Kamu Hastanelerinde ve Özel Hastanelerde Yapılan Dış Çevre Analizinin Vizyon ve Misyon Oluşturma ile İlişkisi Hakkında Yönetici Görüşleri**
- Wheelen, T. L. ve Hunger, J. D. (2012). Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability. Thirteenth Edition, United States of America: Pearson Education Inc.
- Zuckerman, A. M. (2002). Improve Your Competitive Strategy: A Guide For The Healthcare Executive. Health Administration Press.

**ADMINISTRATIVE OPINIONS ON THE
RELATIONSHIP OF EXTERNAL ENVIRONMENTAL
ANALYSIS IN PUBLIC AND PRIVATE HOSPITALS
ON VISION AND MISSION BUILDING (AN
APPLICATION IN ANKARA)**

**Kamu
Hastanelerinde ve
Özel Hastanelerde
Yapılan Dış Çevre
Analizinin Vizyon
ve Misyon
Oluşturma ile
İlişkisi Hakkında
Yönetici Görüşleri**

163

EXTENDED ABSTRACT

Aim: This study carried out in order to determine the opinions of the managers about the relationship between the external environmental analysis performed in public hospitals and private hospitals and the creation of mission and vision in the province of Ankara, Turkey. "External environmental analysis scale" and "mission and vision scale" have been developed by researchers. It was examined whether there was a significant difference between the type of hospital variable and the creation of the mission and vision using the external environmental analysis while determining the opinions of the managers regarding the external environmental analysis and creating mission and vision.

Method: "External environmental analysis" and "Mission and Vision" scales were used. In the study the External environmental analysis scale was examined in the dimensions of "general environment" and "industrial environment"; Mission and vision scale was examined in "mission" and "vision" dimensions. It was determined that the four-factor (general environment, sectoral environment, mission and vision) structure obtained from AFA explained the total variance of 40.134% on the external environmental analysis scale and the total variance of 62.190 on the mission and vision scale. In order to determine the reliability of these scales, Cronbach Alpha internal consistency coefficient value was examined and this value was calculated as .89 for "External environmental analysis" and as .93 for "mission and vision". In this respect, it was determined that there were 600 senior and middle level managers working in public and private hospitals in Ankara province. The questionnaire was applied to 273 people selected from these managers by stratified sampling method. Manova Analysis was used in the analysis of the data.

Findings: In the research, it was revealed that the average of scale expressions for general environmental analysis was high, and the mean of the expressions for competitive analysis in the industrial environmental analysis was medium. It was determined that the average of the statements in the mission and vision scale were high.

Because the hospital type independent variable Wilk's Lambda value was less than .05, the effect of the external environmental analysis on creating a mission and vision varied significantly compared to the hospital type variable ($p = .00$). This result showed that the hospital type variable was effective on the formation of mission and vision by using external environmental analysis of managers. When we looked at the effect level in question, it was seen that the partial eta-square value is 0.054. This value indicated that the hospital type variable explained 5.4% of the change in dependent variables.

Results: As a result of the research, there were differences between public hospitals and private hospitals in terms of conducting the external environmental analysis and creating a mission and vision with the data obtained; it was observed that the average of private hospital managers was higher than those of public hospitals. This result suggested that private hospitals were more sensitive to external environmental analysis and the creation of mission and vision.

Considering that the managers participating in the research were senior and middle level managers, it was determined that the average of health management graduates was low (18.7%). It is believed that hiring people who have been educated in the field of health management and have sufficient knowledge and equipment to the health manager positions is of high benefit for the advancement of health care organizations where change and uncertainty are very high.

In the research, it was determined that health care organizations were highly affected by the general environment. While developing strategies, it is recommended to focus more on issues related to the general environment, and to conduct an external environmental analysis on a regular basis.

According to the research, it was determined that the health care organizations were highly affected by threats and opportunities occurring in the external environment, and these threats and opportunities were taken into consideration in strategic planning studies. The participants stated that ethical and moral values were paid great attention during the strategic planning studies.

The low average of propositions about competitor analysis suggests that no health care organizations are considered a competitor, especially in public hospitals. It is recommended that competitor analysis be carried out more frequently and continuously, and studies that increase the awareness of public hospital managers about competitors.

It was seen that the lowest average among the statements in the external environmental analysis belongs to the statement "Hospital employees are constantly informed about competitors". This situation shows that both competitive environmental analysis and strategic management studies as a whole are evaluated by top management and there is not enough effort to inform the employees about this issue.

Key Words: External Environmental Analysis, General Environment, Industrial Environment, Mission, Vision.

FAİZSİZ FİNANSMAN BONOSU SUKUK UYGULAMASI VE MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

Faizsiz Finansman
Bonosu SUKUK
Uygulaması ve
Muhasebeleştirilmesi

167

Doç. Dr. Recep YILMAZ

*Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü,
rcyilmaz@sakarya.edu.tr*

ORCID ID: 0000-0002-0306-2958

Rabia BÖLÜKBAŞI

*Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi,
rabia.bolukbasi1@ogr.sakarya.edu.tr*

ORCID ID:0000-0001-6119-8522

ÖZ

Amaç: İslam hukuku açısından faiz gelirinin yasaklanması nedeniyle faiz yerine kâr payı veya kira getirisi sağlayan ihraca konu olan mal veya hizmetler üzerinde mülkiyet hakkı sağlayan sukuk, dünyada ve özellikle ülkemizde katılım bankaları tarafından oldukça sık kullanılan yeni bir yatırım aracı olarak ortaya çıkmıştır. Çalışma da bankalar arasında kullanılan muhasebe kayıt sistemleri incelenerek çalışmada verilen örneğe ilişkin muhasebe kayıtları yapılması hedeflenmiştir. Bu çalışma da yatırım aracı olan sukuk irdelenerek muhasebeleştirilmesine dair literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışmada uygulama bölümünde verilen örnek doğrultusunda muhasebe kayıtları yapılmıştır. Bu çalışmada öncelikle sukukun tanımı, çeşitleri, avantajları ve dezavantajları, riskleri ve bono ile farklılıkları açıklanmıştır. Son olarak uygulamaya yer verilmiş, kaynak kuruluş, varlık kiralama şirketi ve yatırımcı açısından Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği doğrultusunda Tek Düzen Hesap Planı ve TMS/TFRS esas alınarak muhasebe kayıtları yapılmıştır.

Bulgular: Geleneksel bankalar ve katılım bankaları yatırım araçlarında farklı muhasebe kayıt sistemini kullanmaktadırlar.

Sonuç: Yapılan bu çalışma yatırım araçlarından biri olan Sukukun kaynak kuruluş, varlık kiralama şirketi ve yatırımcılar tarafından muhasebeleştirilmesine yöneliktir.

Anahtar Kelimeler: Yatırım aracı, Sukuk, Muhasebe, TMS/TFRS

THE APPLICATION AND ACCOUNTING OF INTEREST FREE FINANCIAL BOND SUKUK

ABSTRACT

Aim: Sukuk, which gives ownership rights over goods or services subject to exportation and provides profit share or rental income instead of interest income due to the prohibition of interest in terms of Islamic law, has become a new investment instrument used quite frequently by participation banks around the world and especially in our country. In this study, by examining the accounting record systems used between banks, it has been aimed to do the accounting records of the given example in the study. The study, by examining the financial-tool Sukuk, is intended to contribute to the literature on its accounting.

Method: There has been accounting records made in accordance with the given example in the application section of the study. In the study, firstly, the definition of sukuk, its varieties, advantages and disadvantages, risks and differences with bond are explained. Finally, considering the General Communique on Accounting System Application and the chart of accounts and TMS/IFRS, an application was included, and accounting records were made for Originator, asset leasing company and investor.

Results: Conventional banks and participation banks use different accounting registration systems for investment vehicles.

Conclusion: This essay is intended to the accounting of one of the investment tools, sukuk, by loan originator, asset leasing company and investors.

Keywords: Investment tool, Sukuk, Accounting, TMS/IFRS

I. Giriş

İslam dininde faiz almanın ve vermenin yasak olması İslami finansal enstrümanlara yatırım yapmayı etkili hale getirmiştir. İslami kurallara uygun olarak geliştirilen sukuk, borç piyasası ürünleri arasında en başta yer almaktadır. (Büyükkakın ve Önyılmaz, 2012) Sukuk, İslam hukukunda faiz alım satımının yasak olması ilkesine uygun şekilde ortaya çıkmıştır. Orta çağda Müslümanların alışverişlerinde veya ticaretlerinde kullandıkları bir kâğıt şeklindeki günümüzde daha farklı bir hal almıştır. Günümüzde ise ihraç edilen sertifikalar oranında varlığın mülkiyetinin müşterisine geçtiği araçtır. (Yardımcıoğlu vd., 2014) Faizin İslam dininde yasak olması Müslümanların katılım bankalarına yönelmelerini sağlamıştır. Böylelikle faizden kaçınan İslami bankalara yönelen toplum elindeki fonu ekonomiye katma fırsatı bulmuştur. Katılım bankacılığın temelinde faizin yasak olması

paranın alım satım amacıyla değil, bir değişim aracı olarak kullanılması yatmaktadır. Sukuk özellikle son yılda ivme kazanmış ve tanınmıştır. (Büyükakın ve Önyılmaz, 2012)

Bu çalışmanın konusu çalışmanın oluşturduğu başlıkta da belirtildiği gibi yatırım araçlarından biri olan ve faizsiz finansman bonusu şeklinde de ifade edilen sukukun Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına uyumlu bir şekilde Türkiye Muhasebe Standartları'na ve 1 Nolu Muhasebe Uygulama Genel Tebliği'ne göre nasıl muhasebeleştirildiği sorusuna yönelik örnek uygulama ile desteklenerek muhasebe işlemlerinin kayıtları yapılmıştır.

Çalışma da yatırım aracı olan sukukun tanımı, çeşitleri, özellikleri, bono ile farklılıkları ve işleyişi genel hatlarıyla ele alındıktan sonra gerek uygulama açısından gerekse de muhasebeleştirilmesine yönelik eksiklikler göz önüne alınarak, bu alanda yapılan çalışmalara ve gelecek araştırmalarda, diğer araştırmacılar tarafından muhasebe sistematığının incelenmesinde katkı sağlayacaktır.

II. Literatür Özeti

Avcu (2015), Katılım Bankacılığı ve Sukuk Modelleri adı altında yaptığı çalışmada sukuk çeşitleri, yapılarını anlatmıştır. Ekonomimizin konveksiyonel bankacılığa olan bağlılığının yanı sıra sermaye piyasasının derinleşmesi, ilerleyen dönemlerde yatırım kalkınma bankacılığı yönünde yeni geliştirmeleri beraberinde getireceği açıklamasında bulunmuştur.

Ağkan (2019), İslami finans kuruluşlarının muhasebe ve raporlama standartlarını belirlemek ve denetlemek amacıyla kurulan İslami Mali Kuruluşlar Muhasebe ve Denetleme Kurumu (AAOIFI) tarafından yayınlanan standartların, ülkemizde faaliyet gösteren katılım bankalarının, standartları uygulayan ülke ve kurumlarla ortaklık kurması ülkemizin ekonomisi üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Çalışmanın sonucunda AAOIFI ve TKKB ile görüşlerin yapılarak AAOIFI standartlarının Türkçeye çevrilmesi görüşmelerinin yapıldığını belirtmiştir.

Aslan (2012), çalışmada sukuku detaylı bir şekilde ele alarak sukukun yapısını ve işleyişini anlatmıştır. Sukukun Türkiye piyasası için alternatif oluşturacağı fakat eksiklikleri olduğu sonucuna vararak bu eksikliklerin giderilmesi yönünde önerilerde bulunmuştur.

Büyükakın ve Önyılmaz (2012), yaptığı çalışmayla sukuk işlemlerinin canlandırılması için hukuki açıdan doğru yapılandırılması ve vergi ayrıcalıklarının genişletilmesi, borsada işlem görmeye yönelik

düzenlemelerin ve açıklayıcı tanıtımların yapılmasının bir zorunluluk haline geldiğini gözlemlemiştir.

Dikmen ve Deran (2019), Sukuk ve Ortaklığa Dayalı Kira Sertifikalarının Muhasebeleştirilmesi üzerine yaptığı çalışmasıyla öncelikle sukuk kavramının açıklanmasını, sukukun tarafları, özellikleri ve türlerine yer vermiştir. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında Sermaye Piyasaları Kurulu tarafından ortaklığa dayalı kira sertifikaları olarak ifade edilen sertifikalara ilişkin örnek vererek muhasebeleştirme işlemlerini yapmıştır.

Karaca (2019), İslami Araçlar ve Bunları Muhasebeleştirilmesi çalışmasında alternatif ürünlerin neler olduğunu, ortaya çıkan yeni ürünler, yeni konular, yeni standartlar ve muhasebe uygulamaları hakkında araştırmalar yapmıştır. Çalışmada finansal araçlara ait muhasebe kayıt ve örnekler üzerinde durulmuştur. Faizsiz finansal araçların toplumda yeterince bilinmediğini, bu araçların ekonomiye daha aktif kazandırılması gerektiğini belirtmiştir.

Özcan (2015), faizsiz finans piyasasında son yıllarda hızla gelişmekte olan ve önemli bir finansman aracı olan sukukun yapısı, işleyişi, türleri incelenmiştir. İslam dönemi sözleşmelerine dayalı günümüz finansal sisteme entegre edilmiş sukuk türleri ile mevcut olan piyasa araçlarını çalışmada inceleyerek, varlığa dayalı sukukun Türkiye Muhasebe Standartları kapsamında muhasebe işlemlerinin kaydını göstermiştir.

Yılmaz (2014) Yeni Bir Finansal Araç Olarak Sukuk; Çeşitleri, Türkiye Uygulaması ve Vergilendirilmesi başlıklı çalışmasında sukuk kavramı ve çeşitlerini, Türkiye 'deki uygulama ve vergilendirilmesi ele alınmıştır. Sukukun vergilendirilmesi ile ilgili düzenlemeleri incelediğinde geleneksel tahvil için öngörülen düzenlemelere paralel bir yapı olduğunu, Türkiye 'nin küresel sukuk pazarından daha fazla pay alabilmesi açısından vergi oranlarının avantajlı hale getirilmesinin önemli rol oynayacağını belirtmiştir.

Yardımcıoğlu, Ayrıçay ve Coşkun (2014) çalışmalarında sukuk ile ilgili mevcut Türkiye 'deki yasal mevzuatlar ve vergi sisteminin tekrar gözden geçirilmesi gerektiğini, hukuki ve vergisel mevzuatlara ihtiyaç olduğunu gözlemlemiştir. Aynı zamanda İslami finans ürünlerinin piyasada daha iyi anlaşılabilmesi amacıyla yatırımcı ofislerine ihtiyaç olduğu kanısına ulaşmışlardır.

III. Faizsiz Finansman Bonosu Olarak Sukuk Tanımı

Sukuk Arapça 'Sak 'kelimesinden gelmiştir. Kıymetli evrak, sertifika, çek, senet anlamlarını içermektedir. Günümüzde kira sertifikaları, yatırım

sertifikaları ve faizsiz bono olarak da ifade edilmektedir. (Özcan, Finansman Aracı Olarak Sukuk ve Muhasebe Sistematiği, 2015) Kira sertifikaları AAOIFI tarafından şöyle tanımlanmıştır;

Yatırım sendikaları mevcut mal, menfaat veya hizmet ya da belirli mevcut bir proje veya özel bir yatırım faaliyeti halinde bulunan varlıklar üzerinde şayi ortak mülkiyeti ifade eder şekilde ve birbirine eşit değerde ihraç edilen sertifikalardır. Kira sertifikaları İslami açıdan doğru olduğu gibi kira, leasing, alım satım, selem, ortaklık ve eser sözleşmesi gibi birçok akitten istifade edilerek ihraç edilmekte ve ihraç sonucu yatırımcılarına fon sağlamakta, ihraç edenlere ise finansman desteği sağlamaktadır.

Sukuk ihracı varlık kiralama şirketi yatırımcı ve finansman ihtiyacı olan müşteriler olmak üzere üç taraf arasında gerçekleşir. (Aslan, 2012)

Finansman ihtiyacı olan taraf, ihtiyacını karşılamak amacıyla, katılım bankası aracılığıyla varlık kiralama şirketine başvurur. Varlık kiralama şirketi söz konusu varlığı, proje veya yatırımı değerlendirmeden geçirdikten sonra fon sağlamak amacıyla sukuk ihraç eder. Finansman sağlayan yatırımcılar söz konusu varlık üzerinde mülkiyet hakkına sahip olurken projeden de elde edilen gelir üzerinden kâr payı alma hakkına sahip olmaktadır.

Sukuk genel ihraç ve profesyonel yatırımcıya ihraç olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Genel ihraç halka açık bir şekilde herkese yapılmaktadır. Profesyonel yatırımcıya ihraç ise; Nitelikli yapıya sahip bireysel ve kurumsal yatırımcılara yapılan ihraçtır. Profesyonel yatırımcıya ihraç bir milyon TL'yi aşan yatırımlardan oluşmaktadır. Bunlar aracı kurumlar, bankalar, portföy yönetim şirketi gibi kuruluşlar olarak, SPK tarafından nitelikli yatırımcılar olarak adlandırılmıştır. Sukukta bireysel yatırımcılardan %10 oranında stopaj kesintisi yapılırken, kurumsal yatırımcılardan vergi kesintisi yapılmamaktadır. Müşteriler diledikleri anda ellerindeki sukuku nakde çevirebilir, satış bedeli aynı günde hesabına geçer. Müşteri getirisi satış anındaki proje şartları ve müşterinin kâr beklentisi baz alınarak hesaplanır. Belli dönemlerde yapılan ihraçlardan talep toplama vadenin başlamasından minimum bir gün önce gerçekleştirilir. Talepler aynı ay içinde tamamlanır.

IV. Sukukun Özellikleri

- Sukuk, sabit veya değişken getiri sağlamaktadır.
- Sukuk, İslam hukuku açısından faiz getirisinin yasak olması sebebiyle faiz yerine kâr payı veya kira getirisi sağlar.
- Sukuk nâma veya hamiline yazılı şekilde ihraç edilebilmektedir.

- Sukuk, ihraca konu olan mal veya hizmet üzerinde sahiplik hakkı doğurmaktadır. Sukuk likit bir finansman aracıdır. İkincil piyasalarda da İslami esaslara göre işlem görebilmektedir.
- Sukuk yatırımcıları elde edilen kâra, eşit oranda katılırlar. Zarar oluşması durumunda da ortaklık paylarına göre katlanmaktadırlar.
- Sukuk sözleşmelerinde önceden belirlenen herhangi bir kâr oranı bulunmamaktadır. Sukuk kâr getirisi veya sermaye getirisi garanti vermemektedir.

V. Sukukun Avantajlı ve Dezavantajlı Yönleri

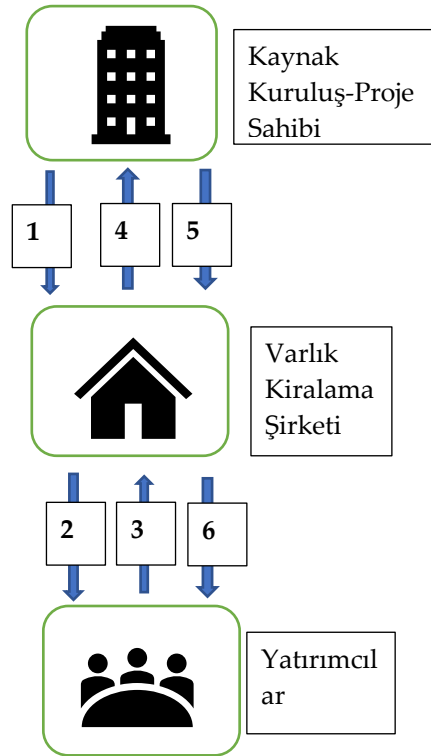
Sukuk İslami ilkelere uygun olması açısından faize yatırım yapmaktan kaçınan yatırımcıların fonlarını piyasaya kazandırmaktadır. Finansman yöneticileri ve yatırımcılar açısından yatırımlarını çeşitlendirebilecekleri bir yatırım aracıdır. Sukuk farklı yapılarda oluşturulabilmesinden dolayı çeşitli ürün yelpazesi sunma imkanına sahiptir. Örneğin proje amaçlı kullanılırken aynı zamanda ikincil piyasada da yatırım aracı şeklinde kullanılabilir. (Avcu, 2015)

- Faizsiz finansal enstrüman olan sukuk krizden diğer enstrümanlara göre daha az etkilenmektedir.
- Sukuk vergi açısından da avantajlara sahiptir. (Aslan, 2012)
- Sukuk yatırımcılarına gelir akışını düzenli bir şekilde sağlamaktadır.
- Sukuk sertifikalarının eşit değerle olması yatırımcılar üzerinde bölünmez hisselerle sahip olmalarını temsil eder.
- Toplum katılım bankası ve ticari banka ayrımını henüz yapamadığı için yatırım enstrümanlarının yeterince bilinmemesi durumu söz konusudur. (Özcan, Finansman Aracı Olarak Sukuk ve Muhasebe Sistematiği, 2015)

VI. Sukuk Bono Karşılaştırması

- Bono bir borç senedir, sukuk borç senedi değildir. Belirlenen proje veya varlık üzerinde sahiplik hakkı doğurur.
- Sukuk %51 maddi varlığa dayanması gerekirken böyle bir durum bonoda söz konusu değildir.
- Sukuk söz konusu varlık üzerinde veya proje üzerinde sahiplik hakkı sağlar. Bonolar, teminatlı borç senedi ipotekli tahvil ve benzeri dışında teminat içermeleri söz konusu değildir.
- Sukuk ihraçlarında belirli bir gelir garanti edilmezken, bonolarda gelir garanti edilmektedir.
- Sukuk İslam hukuku kapsamında ihraç edilirken bonolarda böyle bir kısıtlama yoktur. (Bilal, 2015)

VII. Sukuk İhraç Aşamaları ve Sukuk Çeşitleri



Şekil 1

Sukuk İhraç Aşamaları

Kaynak: Özcan (2015) kaynağı kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

1. Projesi olup finansman desteğine ihtiyacı olan şirket varlık kiralama şirketine başvurarak anlaşma yapar.
2. Varlık kiralama şirketi yatırımcılardan finansman sağlamak amacıyla sukuk ihraç eder.

3. Varlık kiralama şirketi ihraçtan fon toplar ve bu fonu kullanarak yatırımcılarla anlaşma yapar.
4. Varlık kiralama şirketi yatırımcılardan topladığı fonu kaynak kuruluşa verir ve kaynak kuruluş ile ticari sözleşme (alım satım, leasing, kira, ortaklık vb.) yapar.
5. Kaynak kuruluş projeden oluşan kâr veya zararı varlık kiralama şirketi ile paylaşır.
6. Elde edilen kâr veya zarar yatırımcılarla paylaşılır. (Özcan, 2015)

Türkiye de sukuk ihracına SPK tarafından çıkarılan tebliğ kapsamında izin verilmiştir. Türkiye de sukuk kira sertifikası adını almıştır. Türkiye de sukuk kira sertifikaları adını alarak 5 çeşide ayrılmıştır. Bu çalışma da sayfa kısıtı sebebiyle kira sertifikaları türlerine yer verilmemiştir.

Sukuk farklı yöntemlere göre sınıflandırılabilir. Genel olarak dayandığı finansman şekline ve kullanım alanlarına göre ayrılmaktadır. Projeye endeksi, varlığa dayalı ve bilanço endeksli olmak üzere sınıflandırılan üç fon kullanım yöntemi vardır.

Kullanım alanlarına göre AAOIFI tarafından kabul edilen 14 sukuk çeşidi vardır. Bunlardan en çok kullanılanlar; Mudaraba sukuk, muşaraka sukuk, murabaha sukuk, selem, istisna, icaradır. (Bilal, 2015)

1.1 Dayandığı Finansman Şekline Göre Sukuk Türleri

Projeye Dayalı Sukuk

Herhangi bir projeye finansman desteği sağlamak amacıyla ihraç edilen sertifikalardır. Projeye dayalı sukuk ilk defa Türkiye’de Ağaoğlu şirketi tarafından Uluslararası İstanbul Finans Merkezi projesine endeksli ve Aktif bankın ortaklığı tarafından kira sertifikaları olarak ihraç edilmiştir. (Özcan, 2015)

Varlığa Dayalı Sukuk

Kaynak kuruluşun sahip olduğu varlığın varlık kiralama şirketince yatırımcılara satılması ve kazanç hakkı sağlanması amacıyla sukuk ihraç edilmektedir. (Aslan, 2012)

Bilanço Endeksli Sukuk

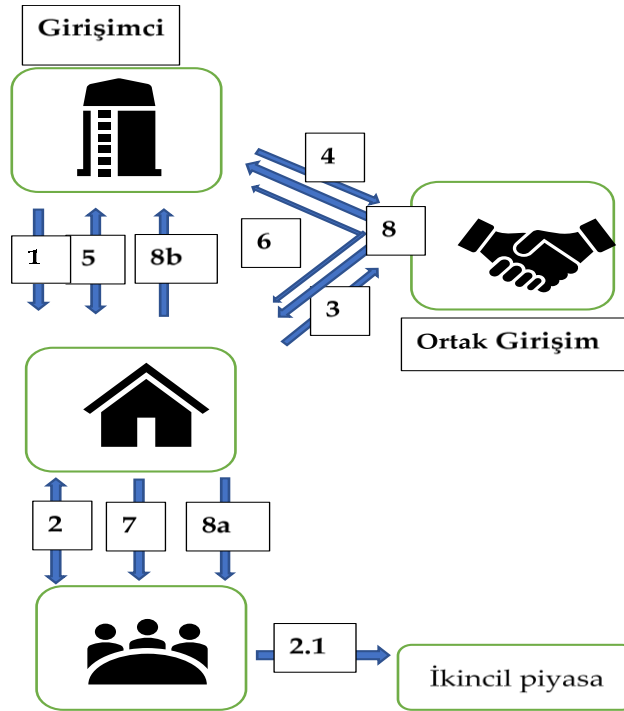
Bilanço endeksli sukuk çeşidiyle birden çok projeye finansman desteği sağlanmaktadır. Örneğin banka üye ülke müşterilerinin projesine finansman desteği sağlamak amacıyla uluslararası sermaye piyasalarına sukuk ihraç ederek finansman desteği sağlayabilmektedir. (Tokul, 2012)

Kullanım Alanlarına Göre Sukuk Çeşitleri

Mudaraba Sukuk

Mudaraba bir tarafın sermayesini diğer tarafın emeğini koyduğu ortaklıktır. Mudaraba işleminde elde edilen kar finansman sağlayan rabbul-mal ve bu finansmanı yöneten müdarib arasında önceden anlaşılan orana göre paylaşmaktadır. Mudaraba işleminde zararı tamamen sermayedar karşılamaktadır. Sermayedarın koyduğu sermayeyi müdarib, emeğini koyan kişi yönetmektedir. Sermaye sahibi ve müdarib oluşan kâra ortaklardır. Kâr payı, gelir miktarı belli değildir fakat oluşacak kâr, önceden belirlenen oranda taraflar arasında paylaşılır. Sermayedar denetim yetkisine sahiptir. (Güngören, 2013)

Mudaraba yönteminin tarihi İslam öncesi dönemlere kadar uzanmaktadır. Geçmiş zamanlarda elinde büyük sermayesi olup da ticari yetkinliği bulunmayan kişilerle sermayeye sahip olmayan fakat ticari yetkinliğe sahip olan kişilerin yaptığı ticari ortaklık günümüzde de katılım bankalarında mudaraba yöntemi olarak kullanılmaktadır.



Şekil 2

Mudaraba Sukuk İhraç Aşamaları

Kaynak: Özcan (2015) kaynağı kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

1. Girişimci projesine finansman sağlamak amacıyla varlık kiralama şirketine başvurur.
2. Varlık kiralama şirketi kira sertifikası ihraç eder ve yatırımcılara satar yatırımcılar ihraç karşılığı fonu varlık kiralama şirketine verir.

2.1 Yatırım gerçekleştikten sonra sertifikalar isteye bağlı olarak ciro edilebilir.

3. Yatırımcılar adına sermaye şirketine sermaye konulur.
4. Girişimci kurulan şirketi kârdan pay/ yönetim ücreti karşılığında yönetir.
5. Varlık kiralama şirketi ve girişimci arasında ortaklık sözleşmesi yapılır.
6. Ortak girişimin kâr ettiği durumda girişimciye ve varlık kiralama şirketine ortaklık payı oranında pay dağıtılır.
7. Varlık kiralama şirketi ortak girişimden gelen payı yatırımcılara dağıtılır.
8. Ortak girişim satılarak pay yatırımcılara dağıtılır.
 - a. Varlık kiralama şirketi ortak girişimin vekili olarak yatırımcılarına payları aktarır.
 - b. Sermaye bedeli girişimciye aktarılır.

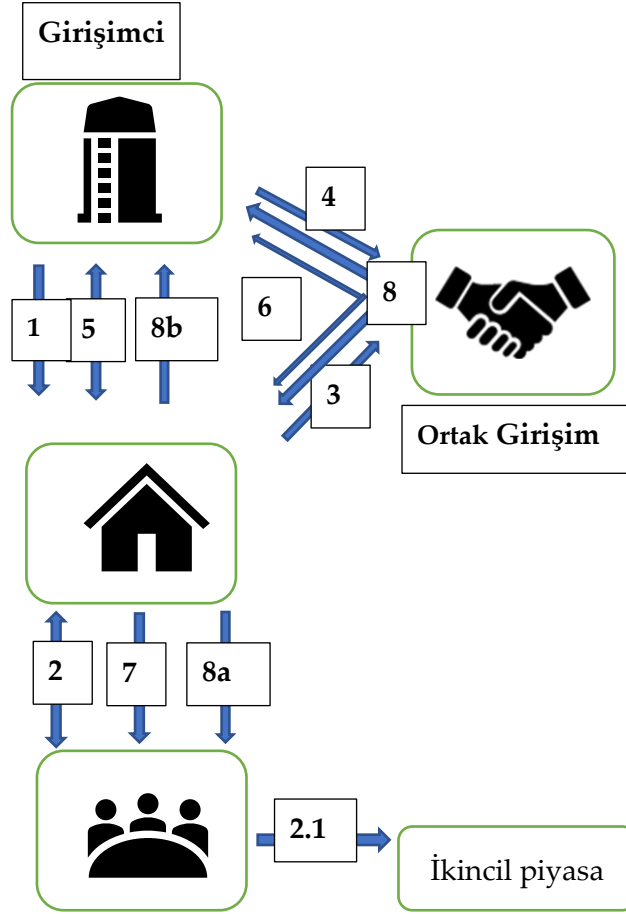
Muşaraka Sukuk

Mudaraba sukukta bir taraf emeğini koyarken diğer tarafın sermayesini koyduğu bir ortaklıkken, müşaraka sukuk her iki tarafında hem sermaye hem emeğini bilgi ve tecrübesini birleştirdiği ortaklıktır. Müşaraka sukuk işleyişi ortaklık yapısı amacı itibari ile mudaraba ortaklığıyla büyük ölçüde benzemektedir.

Müşaraka sukuku ortaklık sözleşmesine dayalıdır. Finans kuruluşu tarafından mevcut iş veya bir projenin finansmanını sağlamak amacıyla sertifika şeklinde ihraç edilir. Sertifika sahipleri de mevcut iş veya projenin hisseleri oranında ortağı olurlar. (Güngören, 2013)

Müşaraka ortaklığında taraflar şirketin mülkiyetine eşit oranda sahiptirler. Ortaklar oluşan kâr veya zarardan sermayeleri oranında veya önceden anlaşılan oranlarda pay alırlar. Sermaye yönetimi ortaklardan biri tarafından yapılabileceği gibi üçüncü bir tarafında dahil edilmesiyle yapılabilmektedir. Bu durumda ortaklardan birinin sermayeyi yönetmesi durumunda kar, anlaşılan oranda dağıtılır. Yönetici olan tarafın kârdan daha fazla pay alma hakkı vardır fakat yöneticilik vasfı ile ek ücret talep etmesi durumu faizsiz bankacılık ilkeleri ile uyuşmamaktadır. Dahil edilen yönetici

konumundaki üçüncü taraf için anlaşılan oranda kâr payı verileceği gibi ek ücret anlaşması da yapılabilmektedir.



Şekil 3

Muşaraka Sukuk İhraç Aşamaları

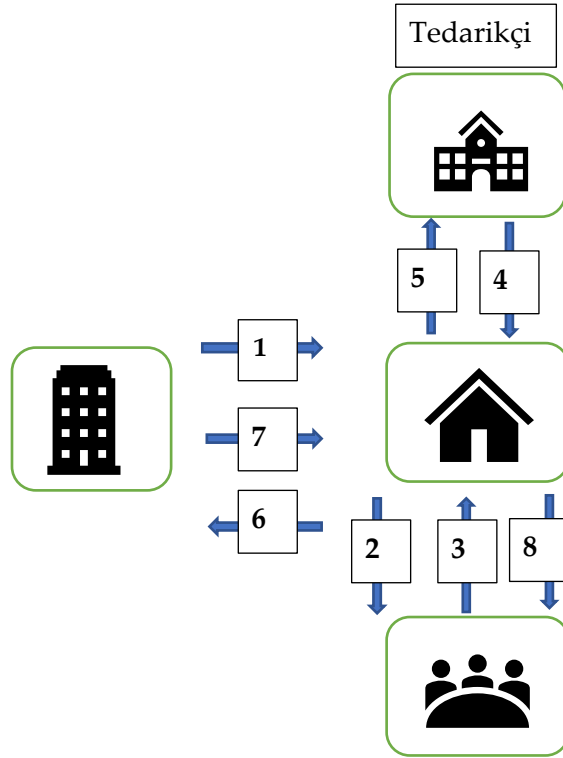
Kaynak: Özcan (2015) kaynağı kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

1. Girişimci projesine finansman sağlamak amacıyla varlık kiralama şirketine başvurur.
2. Varlık kiralama şirketi kira sertifikası ihraç eder ve yatırımcılara satar yatırımcılar ihraç karşılığı fonu varlık kiralama şirketine verir.
2.1 Yatırım gerçekleştikten sonra sertifikalar isteye bağlı olarak ciro edilebilir.
3. Yatırımcılar adına sermaye şirketine sermaye konulur.
4. Girişimci kurulan şirketi kârdan pay/ yönetim ücreti karşılığında yönetir.
5. Varlık kiralama şirketi ve girişimci arasında ortaklık sözleşmesi yapılır.

6. Ortak girişimin kâr ettiği durumda girişimciye ve varlık kiralama şirketine ortaklık payı oranında pay dağıtılır.
7. Varlık kiralama şirketi ortak girişimden gelen payı yatırımcılara dağıtılır.
8. Ortak girişim satılarak pay yatırımcılara dağıtılır.
 - a. Varlık kiralama şirketi ortak girişimin vekili olarak yatırımcılarına payları aktarır.
 - b. Sermaye bedeli girişimciye aktarılır.

Murabaha Sukuk

Murabaha sukuk, maliyetin üzerine belirli bir kâr eklenerek peşin alım satımı ifade eden bir ticaret anlaşmasıdır. Peşin alınan bir varlığın vadeli fiyattan satılmasını içermektedir. Söz konusu varlık, katılım bankası tarafından tedarikçiden peşin alınarak müşteriye varlığın maliyetine kâr eklenerek vadeli şekilde satılmaktadır.



Şekil 4

Murabaha Sukuk İhraç Aşamaları

Kaynak: Özcan (2015) kaynağı kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

1. Varlığa ihtiyacı olan kaynak kuruluş, banka aracılığıyla varlık kiralama şirketine başvurur.
2. Varlık kiralama şirketi kira sertifikası ihraç eder.

- Söz konusu varlık ipotek ettirilir.
3. Yatırımcılar kira sertifikası karşılığında fonu varlık kiralama şirketine verir.
 4. Varlık kiralama şirketi müşterinin talep ettiği ürünü tedarikçisinden satın alır.
 5. Tedarikçi satış işlemi sonunda varlık kiralama şirketinden ödeme alır.
 6. Varlık kiralama şirketi aldığı ürünün maliyetine ek olarak kâr payı da ekler ve fon kullanıcısı/kaynak kuruluşu belirlenen vadede satışını gerçekleştirir ve varlığa ipotek konulur.
 7. Kaynak kuruluş varlık kiralama şirketi ile anlaşmış olduğu şekilde belirli aralıklarla ödeme yapar.
 8. Varlık kiralama şirketi almış olduğu bedeli yatırımcılara paylaşır.
 9. Varlık kiralama şirketi varlık üzerindeki ipoteği kaldırır.

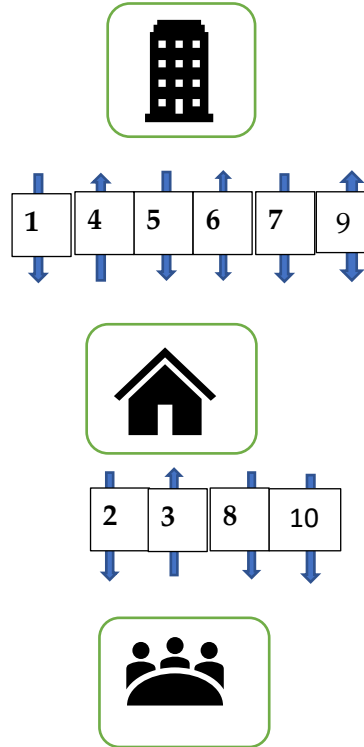
İcara Sukuk

İcara, kiralama anlamına gelmektedir. Bankacılıkta da bu terim, bir kurumun İslam hukukuna uygun olarak maliki olduğu malını periyodik kira geliri sağlamak amacıyla müşterisine kiraya vermesidir. Sabit getiriye olanak sağlayarak bir varlığın devredilmesi ve daha sonra o varlığın kiralınmasına dayanan sukuk türüdür. (Görmüş vd., 2019).

Sermaye Piyasası Kurulu, 2010 yılında Kira Sertifikaları ile ilgili Tebliğ yayınladığında tebliğdeki sukuk modeli icara sukuk idi. Daha çok orta ve uzun vadeli bir finansman yöntemi olarak bilinmektedir. Kiralama, kiraya veren ve kiralayan taraflar arasındaki anlaşmaya bağlı olmaktadır. Bu anlaşmada kira bedeli ve kira süresi açıkça belirtilmelidir. İslami banka, kiralanan malın mülkiyetine sahiptir. Kiralayan taraf maldan yararlanır ve buna karşılık kira ödemesi yapar. Kiralama süresi malın intifa /kullanım ölçüsüne göre orta veya uzun vadeli olarak ayarlanır. İslami bir banka günümüz koşullarında bir tezgâhı bir gayrimenkulü müşteriye kiraya verebilir ve böylelikle bu varlıklara sahip olma gücü olmayan müşteri kiralama yöntemiyle daha kolay ve ucuz bir şekilde kaynaklara ulaşma imkânı sağlar. Sukuk ile malın kullanım hakkı, sahibinden sözleşme yapılan diğer tarafa geçebilmektedir.

İcara Sukuk Özellikleri

- İcara sukuk tüketim mallarına dayalı çıkarılamaz.
- İcara sukuka konu olan varlık, varlık kiralama şirketinin mülkiyetine geçer ve varlık kiralama şirketi bu varlığın kullanım hakkını kaynak kuruluşa kira akdi ile devreder.
- Varlık, kaynak kuruluş tarafından yanlış kullanılması durumunda oluşan zarar için varlık kiralama şirketi kaynak kuruluşa geri dönebilir. (Görmüş, vd. 2019).
- İcara sukuk ikincil piyasalarda da işlem görebilmektedir.
- Kiralamaya konu olan varlık istenmeyen durumlarda ve doğal afetin sonucunda kullanılmaz hale gelmesi gibi durumlarda kiracı sözleşmeyi iptal edebilmektedir. (Yılmaz, 2014) Günümüzde bu gibi durumlara tedbir amacıyla kiralanın varlıklar sigortalanmaktadır.
- İcara sukuk sahibine önceden belirlenmiş bir tarihe kadar varlığın hissedarı olma hakkını tanımaktadır. (Büyükkakın ve Önyılmaz, 2012)
- İslami kriterlere göre varlığın yapısı ile ilgili maliyetler varlık sahibinin yükümlülüğünde iken, kullanımı sonucu oluşan giderler kiracının yükümlülüğündedir. (Yılmaz, 2014)



Şekil 5
İcara Sukuk İhraç Aşamaları

Kaynak: Aslan (2012) kaynağı kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

**Faizsiz Finansman
Bonosu SUKUK
Uygulaması ve
Muhasebeleştirilmesi**

181

1. Varlığı olup da finansman ihtiyacı olan taraf, banka aracılığıyla varlık kiralama şirketine varlığını satmak amacıyla başvuru yapar.
2. Varlık kiralama şirketi eşit değerlerde sukuk ihraç eder.
3. Yatırımcılar varlık kiralama şirketine ihraç karşılığı ödeme yapar.
4. Varlık kiralama şirketi kaynak kuruluşa önceden anlaşılan fiyattan ödeme yapar.
5. Kaynak kuruluş elinde bulunan varlığı varlık kiralama şirketine önceden anlaştığı fiyattan satar.
6. Varlık kiralama şirketi ile kaynak kuruluş arasında kaynak kuruluşun varlığını yeniden kiralama sonucu kira sözleşmesi imzalanır.
7. Varlık kiralama şirketi kiralama karşılığında kaynak kuruluştan belirli aralıklarda kira alır.
8. Alınan kira ödemeleri yatırımcılara dağıtılır.
9. Varlık kaynak kuruluşa satılır ve satış bedeli alınır
10. Alınan satış bedeli yatırımcılara dağıtılır.

Selem Sukuk

Selem sukuk ileri tarihte satın alma anlamına gelmektedir. Selem sukuk sözleşmesinde satıcı belirlenen bir malı anlaşılan ileri bir tarihte teslim etmek üzere ödemeyi peşin almak suretiyle anlaşmasıdır. (AAOIFI)

Selem sukukta ödeme önceden alınır fakat malın teslimatı daha sonra yapılır. Mal zamanında teslim edilmediği durumda alıcı cayabilir veya malı almayı bekleyebilir. Anlaşma yapılırken ticaretin konusu, teslim tarihi, fiyatı açık şekilde belirlenir. Selem sertifikaları genellikle petrol demir tahıl ve benzeri ürünlerin alımına fon sağlamak amacıyla ihraç edilmektedir. (Avcu, 2015)

Selem sukukun tarihi de İslamiyet'in ilk yıllarına kadar uzanmaktadır. O dönemlerde de çiftçiler selem sözleşmesi yapmışlardır. Hasat dönemlerinde elde edecekleri ürünleri mahsul döneminde selem ile satmışlar ve elde edilen gelir ile bu ürünler için tohum ve gübre alımında bulunmuşlardır. Selem de vade tarihi minimum bir yıl olmalıdır. Selem sukuk ikinci bir piyasada işlem görememektedir. (Omar, et al., 2013) İstenilen malın piyasa değeri aynı ürünün teslim edilirken ki piyasa değerinden yüksek olmamalıdır. Diğer sukuk çeşitlerinde de olduğu gibi selem sukukta da oluşan belirsizliğin ve anlaşmazlığın ortadan kalkması için sözleşmenin detaylı yapılması her detayın ayrı ayrı sözleşmede belirtilmesi gerekir. Malın niteliği, özelliği, teslim tarihine sözleşmede yer verilmelidir.

İstisna Sukuk

Selem sukukla benzerlik göstermektedir Arapça kökenli üretmek imal etmek anlamına gelen bir kelimedir. Selem de olduğu gibi istisna sukukta da henüz mevcut olmayan bir ürünün satımı söz konusudur. Yine aynı şekilde selem da olduğu gibi yapılan sözleşmede ürünün fiyatı teslim tarihi ödeme tarihi gibi özellikler önceden belirlenir.

İstisna sukuk büyük alt yapı inşaat ve taahhüt projelerinin gerçekleşmesi ve ticaret finansmanı gibi alanlarda tercih edilmektedir. (Büyükkakın ve Önyılmaz, 2012) Köprü, baraj gibi büyük projeleri olan müşteriler bu projeler için likidite ihtiyacını karşılamak amacıyla katılım bankalarına başvuruda bulunur. Banka bu projeleri işinde profesyonel kişilere aktarır. Her sukuk modelinde olduğu gibi bu projelerin kötüye kullanılma durumu banka veya varlık kiralama şirketleri tarafından araştırılır. İslam hukukunun belirttiği ilkelere uygun şekilde sözleşmeler imzalanır.

VIII.Uygulama

Bu çalışma da yapılan muhasebeleştirme işlemleri, ülkemizde uygulanan Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği ve Türkiye Finansal Raporlama Standartları doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Makaledeki kira sertifikalarının muhasebeleştirilmesi doğrultusunda kaynak kuruluş, varlık kiralama şirketi ve yatırımcılar tarafından yapılan işlemler muhasebeleştirilmiştir. Bu işlemlerin kaydedilmesi aşamasında kaynak kuruluşun banka dışı bir işletme olması durumu söz konusudur. Bu sebeple Tek Düzen Hesap Planı esas alınarak kayıt işlemleri yapılmıştır. Kaynak kuruluşun banka olması durumunda Banka Hesap Planı dikkate alınmalıdır. Kaynak kuruluşlar (banka, aracı kurumlar vb.) sukuk ihraç işlemlerinin muhasebe kayıtlarında kullandığı hesaplar Sermaye Piyasası Kurulunun yayınladığı tebliğe uymak zorundadır. Varlık Kiralama Şirketi ise Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetimi Standartları Kurumu'nun kararı doğrultusunda TMS/TFRS çerçevesi doğrultusunda muhasebe kayıtlarını yapmak zorundadır. (Karaca, 2019)Bu sebeple Bölükbaşı VKŞ 'nin TFRS 9 kapsamında muhasebe kayıtlarına da yer verilmiştir.

Yılmaz İnşaat İşletmesi Sakarya'da kız öğrenci yurdu yapımı ihalesini 900.000. TL. bedel ile almıştır. Yurdun inşaat maliyeti 750.000. TL.'dir. Yılmaz İnşaat İşletmesi Bölükbaşı VKŞ ile 750.000. TL. finansman sağlaması için sözleşme yapmıştır. Bölükbaşı VKŞ inşaatın maliyet bedeli kadar mudaraba sukuku ihraç edecektir. Bölükbaşı VKŞ 'nin ihraç ettiği 750.000. TL. nominal değerli 1 yıl vadeli kira sertifikasını yatırımcı Şen

işletmesi 01.01.2019 tarihinde almıştır. (Dikmen ve Deran, (2019) makalesindeki örnek doğrultusunda oluşturulmuştur.)

Sözleşmenin ortaklık payı %50, kira sertifikasının yıllık getiri oranı %8 olarak belirlenmiştir. Ayrıca kira sertifikası için 3 ayda bir kupon ödemesi olacak ve bu ödemeler üzerinden %10 stopaj kesintisi yapılacaktır.

Kira Sertifikasının Getirisi Yıllık = Kira Sertifikası Maliyeti x Kira Sertifikası Getiri Oranı

750.000. TL. X %8 =60.000.TL.

3 Aylık Kupon Ödemesi = Kira Sertifikası Yıllık / 4 Dönem

60.000.TL. /4 =15.000. TL.

3 Aylık Kupon Ödemesi Tutarı Üzerinden Kesilecek Stopaj Tutarı = 3 Aylık Kupon Ödemesi x Stopaj Oranı

15.000. TL. X %10 =1.500. TL.

İhale Geliri= İhale Bedeli – (İnşaat Maliyeti + Kira sertifikası maliyeti)

900.000.TL. – (750.000.TL.+60.000.TL.) =90.000. TL.

Ortaklıktan Gelen Kâr Payı = Kâr Tutarı x Ortaklık Payı Oranı

90.000. TL. X %50 =45.000.TL.

45.000.TL. Yılmaz İnşaat İşletmesinden Bölükbaşı VKŞ ye aktarılacak.

YILMAZ İNŞAAT İŞLETMESİ KAYITLARI (KAYNAK KURULUŞ)

01.01.2019	
950 KİRA SERTİFİKALARI SÖZLEŞMELERİ HS. 951 KİRA SERTİFİKASI SÖZLEŞMELERİ KARŞILIĞI HS. -Bölükbaşı varlık kiralama şirketi ile yapılan sözleşmeye ilişkin kayıt-	750.000. 750.000.
01.01.2019	
102 BANKALAR HS. 309 DİĞER MALİ BORÇLAR HS. - Yılmaz şirketinin Bölükbaşı VKŞ den toplanan finansmanı alması-	750.000. 750.000.
31.12.2019	
780 FİNANSMAN GİDERLERİ HS. 102 BANKALAR HS. -Yılmaz şirketinin yıllık kupon tutarını Bölükbaşı şirketine ödeme kaydı	60.000. 60.000.
31.12.2019	

**Faizsiz Finansman
Bonosu SUKUK
Uygulaması ve
Muhasebeleştirilmesi**

184

309 DİĞER MALİ BORÇLAR HS. 102 BANKALAR HS. - Yılmaz şirketinin vade sonunda Bölükbaşı şirketine Kira Sertifikaları tutarını ödemesi kaydı-	750.000. 750.000.
31.12.2019	
102 BANKALAR HS. 600 YURTİÇİ SATIŞLAR HS. Hak edişlerin belirli aralıklarla alınması gerekir. Bu başka bir çalışma alanına girmektedir.	750.000. 750.000.
31.12.2019	
622 SATILAN HİZMET MALİYETİ HS. 152 MAMUL MALİYETİ HS. Çalışmadaki sayfa kısıtlaması sebebiyle bundan önceki yansıtma işlemlerine yer verilmemiştir	750.000. 750.000.
31.12.2019	
780 FİNANSMAN GİDERİ HS. 102 BANKALAR HS. Kâr payı Bölükbaşı VKŞ ye verilmiştir.	45.000. 45.000.
31.12.2019	
951 KİRA SERTİFİKASI SÖZLEŞMELERİ KARŞILIĞI HS. 950 KİRA SERTİFİKALARI SÖZLEŞMELERİ HS. -Vade sonunda Yılmaz şirketi ile Bölükbaşı varlık kiralama şirketinin kira sertifikalarının itfası kayı-	750.000. 750.000.

BÖLÜKBAŞI VARLIK KİRALAMA ŞİRKETİ KAYITLARI

01.01.2019	
950 KİRA SERTİFİKALARI SÖZLEŞMELERİ HS. 951 KİRA SERTİFİKASI SÖZLEŞMELERİ KARŞILIĞI HS. Yılmaz şirketi ile yapılan kira sertifikasına ait kayıt	750.000. 750.000.
01.01.2019	

102 BANKALAR HS. 306 ÇIKARILMIŞ DİĞER MENKUL KIYMETLER HS. Bölükbaşı Varlık Kiralama Şirketi'nin kira sertifikası ihracına ilişkin kaydı	750.000. 750.000.
01.01.2019	
127 DİĞER TİCARİ ALACAKLAR HS. 102 BANKALAR HS. Bölükbaşı Varlık Kiralama Şirketi'nin Kira sertifikası bedellerini Yılmaz şirketine aktarılması kaydı	750.000. 750.000.
31.12.2019	
102 BANKALAR HS. 336 DİĞER ÇEŞİTLERİ BORÇLAR HS. Kupon ödemeleri Yılmaz şirketinden yıllık alınmıştır	60.000. 60.000.
31.12.2019	
336 DİĞER ÇEŞİTLİ BORÇLAR HS. 102 BANKALAR HS. 360 ÖDENECEK VERGİ VE FONLAR HS. Bölükbaşı Varlık Kiralama Şirketi'nin Sukuk yatırımcılarına yıllık kupon ödemesi	60.000. 54.000. 6.000.
Kupon ödemeleri kaydı her dönem yapılır.	
31.12.2019	
102 BANKALAR HS. 127 DİĞER TİCARİ ALACAKLAR HS. Bölükbaşı Varlık kiralama şirketini Vade sonunda Yılmaz şirketinden kira sertifikası bedellerinin alınması kaydı	750.000. 750.000.
31.12.2019	
306 ÇIKARILMIŞ DİĞER MENKUL KIYMETLER HS. 102 BANKALAR HS. Vade sonunda kira sertifikalarının itfa edilmesi	750.000. 750.000.
31.12.2019	
360 ÖDENECEK VERGİ VE FONLAR HS. 102 BANKALAR HS.	6.000. 6.000.
31.12.2019	
102 BANKALAR HS.	45.000.

**Faizsiz Finansman
Bonosu SUKUK
Uygulaması ve
Muhasebeleştirilmesi**

186

645 MENKUL KIYMET SATIŞ KARLARI HS. Yılmaz Şirketinden ortaklık payının alınması	45.000.
31.12.2019	
951 KİRA SERTİFİKASI SÖZLEŞMELERİ KARŞILIĞI HS. 950 KİRA SERTİFİKALARI SÖZLEŞMELERİ HS. Kira sertifikasına ait sözleşmenin vade sonunda itfası	750.000. 750.000.

Bu işlemler TFRS 9 Finansal Araçlar standardına uygun olarak yapılmıştır.	
01.01.2019	
102 BANKALAR HS. 301 DİĞER FİNANSAL KURULUŞLARA BORÇLAR HS. 01. Mudaraba Sukuku Sukuk ihracına ilişkin kayıt Yatırımcılar şahıs ise diğer finansal yükümlülükler hesabı kullanılabilir)	750.000. 750.000.
01.01.2019	
113 MALİYETLE ÖLÇÜLEN FİNANSAL YATIRIMLAR HS. 01. Mudaraba İşleminde Alacaklar 102 BANKALAR HS. Bölükbaşı Varlık Kiralama Şirketi'nin Kira sertifikası bedellerini Yılmaz şirketine aktarılması kaydı	750.000. 750.000.
31.12.2019	
102 BANKALAR HS. 323.X KİRA SERTİFİKASI İHRAÇ BORÇLARI HS. Yılmaz İnşaat İşletmesinden kupon ödemesinin yıllık alımı (Çalışmada sayfa kısıtlaması sebebiyle tek kayıt yapılmıştır.)	60.000. 60.000.
31.12.2019	
323.X KİRA SERTİFİKASI İHRAÇ BORÇLARI HS.	60.000.

01. Mudaraba İşlemlerinden Borçlar 102 BANKALAR HS. 361 SORUMLU SIFATIYLA ÖDENECEK VERGİLER HS. 01. Stopaj Vergisi Sukuk sahiplerine kupon ödeme kaydı	54.000. 6.000.
31.12.2019	
102 BANKALAR HS. 113 MALİYETLE ÖLÇÜLEN FİNANSAL YATIRIMLAR HS. 01. Mudaraba İşleminde Alacaklar 646 ORTAKLIKLARDAKİ YATIRIMLARDAN SAĞLANAN GELİR VE KAZANÇLAR HS. 01. Mudaraba İşlemlerinden Kar Payları Yılmaz İnşaat İşletmesinden anapara ve karın alınması	795.000. 750.000. 45.000.
31.12.2019	
301 DİĞER FİNANSAL KURULUŞLARA BORÇLAR HS. 102 BANKALAR HS. Sukuk yatırımcılarına anaparanın ödenmesi kaydı	750.000. 750.000.
31.12.2019	
361 SORUMLU SIFATIYLA ÖDENECEK VERGİLER HS. 102 BANKALAR HS. Stopaj kesintisinin ödenmesi	6.000. 6.000.
Gelir işlemlerinin 31.12.2019 yılında olduğu varsayılarak kayıtlar yapılmıştır. Faizsiz finans ve muhasebe standartları kapsamında detaylı çalışma yapılacaktır.	

**Faizsiz Finansman
Bonosu SUKUK
Uygulaması ve
Muhasebeleştirilmesi**
187

YATIRIMCI ŞEN İŞLETMESİNİN KAYITLARI

01.01.2019	
118 DİĞER MENKUL KIYMETLER HS. 102 BANKALAR HS. Şen işletmesinin kira sertifikası alımı	750.000. 750.000.
31.03.2019	

102 BANKALAR HS.	54.000
193 PEŞİN ÖDENEN VERGİ VE FONLAR HS.	6.000.
645 MENKUL KIYMET SATIŞ KARLARI HS.	60.000.
Şen işletmesinin kira sertifikası kuponlarını tahsil etmesi-Bu işlem 1 yıllık yapılmıştır.	
31.12.2019	
102 BANKALAR HS.	750.000.
118 DİĞER MENKUL KIYMETLER HS.	750.000.
Vade sonunda kira sertifikası itfası	

IX.Sonuç

İslami esaslara göre faizin haram olması dini hassasiyeti olan insanların faizsiz bankacılığa olan ilgisini artırarak faizsiz finansal enstrümanlara yönelmelerine sebep olmuştur. Bu insanlar elindeki âtil fonu faizsiz finansal araçlardan biri olan sukukla değerlendirmeye başlamıştır. Faizsiz bankacılığa olan ilginin artması faizsiz finansal enstrüman kullanımının artması katılım bankalarının kurulmasıyla birlikte sadece Müslüman kesimin değil Müslüman olmayan kesiminde ilgisini çekmeye başlamıştır. Sukuk aynı zamanda üretime ve istihdama da destek vererek ulusal ekonomiye katkı sağlamaktadır. Ülkemizde sukuk ihraçları 1980'lerde gelişen Katılım Bankaları tarafından gerçekleştirilmektedir. Ekonomi ye büyük ölçüde yön veren sukuk ilk olarak Malezya da ihraç edilmiştir. Daha sonra 2010 yılında sukukun hukuki çerçevesi oluşturulmuş ve Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. tarafından aynı yılda 100 milyon ABD doları tutarında sukuk ihraç edilerek ülkemizde ihraç edilmeye başlanmıştır. (Kütük, 2019)

Sukuk ihraçlarının ekonomiye bu kadar hızlı etki sağlaması muhasebe alanında standartlara olan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır. Katılım finansı konusunda standart yapıcı belli kuruluşlar vardır. Bunlar; Uluslararası İslami Finansal Piyasa (International Islamic Financial Market), İslami Finansal Hizmetler Kurulu (Islamic Financial Services Board) ve İslami Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Organizasyonu

(Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions)' dur. (Şensoy, 2019) Kamu gözetimi muhasebe ve denetimi kurumu ülkemizde faizsiz finansın gelişimine destek sağlamak, sektörün farkındalığını artırmak, sektöre özgü finansal işlemlerin kalitesini artırmak amacıyla İslami Finans Kuruluşları Muhasebe ve Denetim Kuruluşu (AAOIFI)'nun yayınladığı İslami (faizsiz finans) muhasebe standartlarını Türkçeye kazandırmıştır. (<https://www.kgk.gov.tr/>)

Katılım bankaları standartların Türkçeye kazandırılmasıyla 01.01.2020 tarihinden itibaren KGK 'nın Faizsiz Finans ve Muhasebe Standartlarını ihtiyari olarak uygulamaya başlamıştır. Çalışmada verilen örnek doğrultusunda kaynak kuruluşun banka dışı bir işletme olması durumu söz konusudur. Bu sebeple Tek Düzen Hesap Planı esas alınarak kayıt işlemleri yapılmıştır. Kaynak kuruluşun banka olması durumunda Banka Hesap Planı dikkate alınmalıdır. Varlık Kiralama Şirketi ise Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetimi Standartları Kurumu'nun kararı doğrultusunda TMS/IFRS çerçevesi doğrultusunda muhasebe kayıtlarını yapmak zorundadır. Bu amaçla çalışmada aynı zamanda Bölükbaşı VKŞ 'nin IFRS 9 kapsamında muhasebe kayıtlarına da yer verilmiştir. (Kullanılan bazı hesaplar öneri niteliğindedir.) Çalışmada sayfa kısıtı nedeniyle İslami Finans Kuruluşları Muhasebe ve Denetim Kuruluşu (AAOIFI)'nun yayınladığı İslami (faizsiz finans) muhasebe standartlarına göre kayıt işlemleri ele alınmamış başka bir çalışmada yer verilecektir.

KAYNAKÇA

- İslami Mali Kuruluşlar Muhasebe ve Denetleme Kurumu (AAOIFI) (2017) Faizsiz Finans Standartları. TKKB Yayınları. <https://www.tkbb.org.tr/manset-detay/aaofii-faizsiz-finans-standartlari-turkceye-kazandiriliyor> (26.04.2020).
- Ağkan, F. (2019). AAOIF Standarts and Applicability in Participation Banks of Turkey. *Anemon Muş Alparslan Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2): 235-245.
- Aslan, H. (2012). Alternatif Bir Yatırım ve Finansman Aracı Olarak Sukuk: Yapısı, İşleyişi ve Türkiye Piyasası İçin Öneriler. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Avcu, E. C. (2015). Katılım Bankacılığı ve Sukuk Modelleri. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bilal, E. (2015). Finansal Krizlere Karşı Dayanıklı Bir Enstrüman: Sukuk. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: T.C Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyükkakin, F., ve Önyılmaz, O. (2012). Faizsiz Finansman Bonosu Sukuk Ve Türkiye Uygulamaları. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 4(7): 1-16.
- Dede, K. (2013). Sukuk Kira Sertifikaları. Türkiye Katılım Bankaları Birliği, <http://www.tkbb.org.tr/onemli-basliklar.aspx?pageID=87> (07.03.2019).

- Dikmen, B. B., ve Deran, A. (2019). Sukuk Ve Ortaklığa Dayalı Kira Sertifikalarının Muhasebeleştirilmesi. *Muhasebe Ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 12(3): 907-927.
- Görmüş, Ş., Albayrak, A., ve Yabanlı, A. (2019). Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı. TKBB Yayınları. <https://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/Yasayan-ve-Gelisen-Katilim-Bankaciligi.pdf> (26.01.2020).
- Güngören, Y. D. (2013). Bir Finansal Enstrüman Olarak Sukuk Katılım Bankalarına Uyum Modellenmesi. <https://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/0000401.pdf> (26.04.2020).
- Karaca, A. (2019). İslami Finans Araçları ve Bunların Muhasebeleştirilmesi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Kütük, H. (2019). Kira Sertifikalarında Bilanço Yönetimi. <https://katilimfinansdergisi.com.tr/kira-sertifikalarında-bilanço-yonetimi/> (26.04.2020).
- Şensoy, N. (2019). Katılım Finansı Konusunda Standart Yapıcı Kuruluşlar. https://www.academia.edu/40798610/KATILIM_F%C4%B0NANSI_KONUSUNDA_STANDART_YAPICI_KURULU%C5%9ELAR (26.04.2020).
- Omar, A., Abduh, M., ve Sukmana, R. (2013). Fundamentals of Islamic money and capital markets. John Wiley & Sons.
- Özcan, S. (2015, Aralık). Finansman Aracı Olarak Sukuk ve Muhasebe Sistematiği. Yüksek Lisans Tezi. T.C Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özsoy, Ş. (2012). Sağlam Bankacılık Modeli ile Katılım Bankacılığına Giriş. Kuveyt Türk Yayınları.
- Tokul, E. (2012). Proje Bazında Finansman Kaynağı: Sukuk. Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisan Projesi.
- Yardımcıoğlu, M., Ayriçay, Y., ve Çoşkun, S. (2014). İslami finans çerçevesinde menkul kıymetleştirilmiş varlık; sukuk Dünya ve Türkiye piyasası incelemesi. *Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 4(1): 157-174.
- Yazıcıoğlu, İ. E., ve Kazak, H. (2019). Sukuk As One The Islamic Financial Instrumentes: Investigation Of The Murabahah Contracts In The Hybrid Sukuk In Terms Of Compliance With The Islamic Provision. *Journal of Life Economics*, 6(1): 91-118.
- Yılmaz, E. (2014). Yeni Bir Finansal Araç Olarak Sukuk: Çeşitleri, Türkiye Uygulaması ve Vergilendirilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ocak: 81-100
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği, (2019) <http://www.tkbb.org.tr/>. (26.04.2020).
- Dede, K. (2013). Kira sertifikaları. [https://slideplayer.biz.tr/slide/1990619/\(2013\)](https://slideplayer.biz.tr/slide/1990619/(2013)) (26.04.2020).
- Uluslararası İslami Finansal Piyasa, (2019) [https://www.iifm.net/IIFM-Sukuk-Report.\(2019\)](https://www.iifm.net/IIFM-Sukuk-Report.(2019)).
- Kuveyt Türk Bankası internet adresi, (2019) [https://www.kuveytturk.com.tr\(2019\)](https://www.kuveytturk.com.tr(2019)) (26.04.2020).

Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetimi Kurumu internet sitesi
<https://www.kgk.gov.tr/>. (2019). (26.04.2020).
<https://www2.deloitte.com/>. (2019). (26.04.2020).

**Faizsiz Finansman
Bonosu SÜKUK
Uygulaması ve
Muhasebeleştirilmesi**

**THE APPLICATION AND ACCOUNTING OF
INTEREST FREE FINANCIAL BOND SUKUK****EXTENDED ABSTRACT**

With the prohibition of interest in the Islamic religion, muslims have been able to valorize their inert fund by considering the interest-free investment vehicles. One of these investment vehicles is known as rental-certificates sukuk. Sukuk is issued in accordance with the rules of Islamic law. Sukuk issuance is a transaction between three parties, an asset leasing company, investor and clients in need of financing.

The party that has a project or wants to invest applies to the participation bank in order to fulfill his/her need for financing. The participation bank approves the issuance of sukuk after inspecting the compliance of the asset project or investment to the Islamic rules. Through the participation bank, the sukuk to investors is issued by the asset leasing company. The collected funds in exchange for the issued sukuk are given to the financial institution. While the investors have the property right on the asset or investment, for the generated profit they only have the right to take a share.

Sukuk is issued by participation banks in accordance to Islamic rules. Sukuk is like the bond, one of the forms of investment in traditional banks. Despite having some similarities, they also have many differences. There are standards issued by The AAOIFI (Accounting and Supervisory Board of Islamic Financial Institutions). One of those is related to sukuk (Investment Certificates). In Turkey also, the institution with authority in the field of capital market regulation and supervision is the Capital Markets Board. The standard introduced by the Capital Markets Board in Turkish will be implemented in participation banks as of 01.01.2020. There are 14 types of sukuk varieties accepted by AAOIFI. The equivalent of each of these is not available in Turkey. In this study, the characteristics of the most used types of sukuk are mentioned. These are "murabaha sukuk", "mudaraba sukuk", "muşaraka sukuk", "icara sukuk", "selem sukuk", "istisna sukuk". Each of the uses and models are mentioned in this study. Sukuk is classified according to different methods. According to the way of financing it is based on, sukuk types and sukuk types according to their use purposes are examined under two main headings. According to the way of financing it is based on, the types of sukuk are divided into three itself. These include a project-based sukuk, asset-based sukuk, balance sheet index sukuk. The project-based sukuk is issued to provide financing for any project. Asset-based sukuk is a sukuk model issued by the asset rental company to provide

investors with a right to profit. The balance sheet index sukuk refers to the issued sukuk in order to provide support for multiple projects. There are six types of sukuk depending on their usage area. These are: mudaraba sukuk, muşaraka sukuk, murabaha sukuk, icara sukuk, selem sukuk, istisna sukuk. Mudaraba sukuk is a partnership by which one side put in the labor effort and the other side the capital. The investor supplies capital as rabbülmal. The issuer manages the capital based on his knowledge and experience as an intervention. It is a model used by venture capital method to provide financing needs for the realization of major projects.

The müşareke sukuk is similar to mudarebe sukuk as a sukuk structure. While in the muşaraka sukuk one side put in his labor effort and the other side put in the capital, in the müşareke sukuk, both partners put in both the labor effort and the capital. Profit from the investment is distributed within the predetermined rate, while the loss is distributed in proportion to the capital ratio invested. The müşareke sukuk model is more used in industrial financing and trade.

Murabaha sukuk means selling with profit. This is the sale of a good or a service that are in accordance with the needs of the customer of the participation bank by adding profits to the customer in terms of futures and sales. The participation bank tends to buy from the seller after conducting detailed research on the goods and services requested by the customer. It is important to determine the profit rate added by the participation bank on the sale price. This added profit is known to the customer. The participation bank frequently resorts to murabaha sukuk. The high risk of low profitability increases demand by murabaha method.

Icara sukuk means rental, the source is the model that the company has, the lease subject to the issuance of the asset rental company or the private vehicle to the company and leases it back. The return of the issued sukuk is made in the form of paying the rent to the investors. In 2010, it was exported in Turkey with the Notice of Lease Certificates. It is the most widely used sukuk model in the world.

Selem sukuk means buying in later date. The selem sukuk issuance is made based on the seller's payment of a specified asset in advance and delivered on the later date. Funds are provided by savers with the issued sukuk by asset rental company or private intermediary company. The funds received are paid to the seller by agreeing that a certain asset will be received at a later date. This profit is distributed to investors at the specified rate. The exception is the model that bears a resemblance to the selem sukuk. As with the selem sukuk, the exception is an agreement on a commodity that is not yet available. While in the in selem sukuk payment is made in advance, in the istisna sukuk it is made later. This type of sukuk is mostly used in

construction and contracting projects. In the application part of this study, Yılmaz Construction Company's sorority dormitory construction tender was discussed, and the price of the tender was realized by issuing sukuk by the Company's asset rental company. The partnership share of the contract is determined as 50%, while the annual return rate of the certificate is set at 8%. It is also envisaged that coupon payments will be made every three months for rental certificates. Based on this example, the work was completed by making accounting records of the Şen investor, Yılmaz Construction Company and Bölükbaşı rental company. While the uniform chart of accounts was considered in the accounting process, accounting records were made by VKŞ within the scope of TFRS 9.

Keywords: Investment tool, Sukuk, Accounting, TMS/TFRS

DENEYİMSEL PAZARLAMANNIN TÜKETİCİ SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: SAKARYA İLİ ÖRNEĞİ

Deneyimsel
Pazarlamanın
Tüketici Satın
Alma Niyeti
Üzerine Etkisi
195

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan SERHATERİ

Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
ayhans@sakarya.edu.tr

ORCID ID: orcid.org/0000-0001-6919-012X

Fatih Güray KURŞUN

Can Yayınları, İstanbul
fatihguraykursun@gmail.com

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-9122-7141

ÖZ

Amaç: Bu çalışmada deneyimsel pazarlamanın tüketici üzerindeki etkisi ve tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin detaylı olarak açıklanması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda demografik faktörlerin deneyimsel boyutlara etkisini araştırmak ve deneyimsel pazarlamanın tüketicinin satın alma niyetini ne oranda etkilediğini tespit edilmesi hedeflenmiştir.

Yöntem: Bu araştırmada Sakarya şehrinde market alışverişi yapan 400 kişiye anket uygulanmıştır. Anket sonuçları değerlendirilirken, Faktör Analizi, T Testi, Regresyon analizi ve Tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Demografik faktörlerin deneyimsel pazarlamaya etkisi ve deneyimsel pazarlamanın boyutlarının satın alma niyetine etkisi olup olmadığı incelenmiştir.

Bulgular: Yapılan regresyon analizi sonucunda deneyimsel pazarlamanın boyutlarının tüketici satın alma niyetine etkisi olduğunu desteklenmiştir.

Sonuç: Deneyimsel pazarlama boyutları tüketici satın alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Deneyimsel Pazarlama, Tüketici davranışları, Satın alma tüketici niyeti, Müşteri deneyimi ve Pazarlama deneyimi

**EFFECT OF EXPERIMENTAL MARKETING ON
CONSUMER PURCHASE INTENTION: SAKARYA
PROVINCE CASE****ABSTRACT**

Aim: In this study, it is aimed to explain in detail the effects of experiential marketing on consumer and intention to buy.

For this purpose, it is aimed to investigate the effect of demographic factors on experiential dimensions and to determine to what extent experiential marketing affects the consumer's purchase intention.

Methods: In this study, 400 people were employed in the market in Sakarya. When the results of the questionnaire were evaluated, Factor Analysis, T Test, Regression Analysis and One Way ANOVA test were applied. The effect of demographic factors on experiential marketing and whether the dimensions of experiential marketing are influenced by intent to purchase has been examined.

Findings: As a result of the regression analysis, it was supported that the dimensions of experiential marketing had an effect on consumer purchasing intention.

Results: Experiential marketing dimensions positively affect consumer intention to purchase.

Keywords: Experiential Marketing, Consumer Behavior, Consumer intention to buy, Costumer Experience, Marketing Experience

I. GİRİŞ

Rekabet avantajı sağlamak için değişime ayak uydurma zorunluluğu her geçen gün artan şiddetiyle işletmeler üzerinde baskı oluşturmaya devam etmektedir. Teknoloji, üretim anlayışındaki değişikliklere uyum için işletmeler tedbir almak durumundadırlar. Tüketiciler, birbirinin tıpatıp aynısı olan binlerce ürün arasından tercih yaparken, ürün hakkında bilgi edinmekte ve karşılaştırma yapmaktadır. Bu süreçte evrilen istek ve ihtiyaçlara göre şekillenen satın alma davranışında deneyim kavramı öne çıkmaya başlamıştır. Müşteri bağlılığı yaratmak suretiyle rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmeler deneyimsel pazarlama kapsamındaki çalışmalara yönelmiştir.

Geleneksel tüketici profilinden hızla uzaklaşan yeni grup tüketiciler, ürün veya hizmeti araştırmakta, fiyat karşılaştırması yapmakta, kendilerine göre en yüksek faydayı sağladığını düşündükleri ürünü veya

hizmeti tercih etmektedirler. Bu durumda işletmelerin tüketici istek ve ihtiyaçlarına uygun ürün veya hizmeti sunması için satınalma davranışına yönelten sebepleri anlama zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Gelişen teknoloji ve artan ürün yelpazesi sayesinde günümüzde tüketici profil yapısında birçok değişiklik meydana gelmiştir. Değişen tüketim yapısıyla tüketiciler artık sadece faydacı veya hazzal seçim yapmak yerine isteklerinin tamamını karşılayacak tek bir ürün aramaktadır. Tüketici satın alma niyetinde meydana gelen bu değişik, tüketicileri ikna edebilmek için deneyimsel pazarlamanın avantajlarını kullanmayı zorunlu kılmaktadır.

Dünyada meydana gelen küreselleşme ve artan rekabet koşulları müşteri tutum ve isteklerini firmalar için önemli bir hale getirmiştir. Avantaj sağlamak isteyen işletmeler yeni pazarlama uygulamalarını geliştirmeye çalışmışlardır. Bundan dolayı ürün veya hizmetin özelliklerinden çok tüketici deneyimi yaşatmaya odaklanmaya başlamıştır (Ekici, 2012:32). Çalışma 3 bölüm halinde tasarlanmıştır. Birinci bölümde deneyimsel pazarlama kavramı ve deneyim kavramı üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde Tüketici davranışları ve satın alma niyeti üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde ise araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

II. Literatür İncelemesi

2.1. Deneyim Kavramı

Deneyim; duygulardan yola çıkılarak etraftaki çevrenin, insan ve hayvan davranışlarının ve düşüncelerin tanımlanmasını sağlayan ve yaşanan olaylardan elde edilen bilgi ve becerilerin tamamı olarak tanımlanmıştır (Bostancı, 2007:17). Kişilerin yaşamlarında yaşadıkları, yapmakta oldukları veya karşılıklı ilişki halinde oldukları ve sürekli bir şekilde devam eden tecrübelerdir. Deneyimlerin özellikleri, kişilerin algılamaları zamanla değişmesi, yaşanan duyularında odaklanma, ilgi ve konsantrasyon fazla olması, kişilerin için duygusal karşılığı olması, yaşanan aşamalar kişiler için eşsiz olması, elde edilen deneyim karşılıklı iki tarafın birbirine etkisi üzerine oluşması, kişilerin duruma bilinçli bir müdahalesi vardır, deneyimin ulaşılmak istenen bir amacı olması, kişinin direnci, emeği ve kapasitesiyle ilişkili olmasıdır (Boswijk et al., 2005).

2.2. Deneyim Ekonomisi

Gelişen üretim anlayışıyla birlikte artık insan hayatında olan teknolojik aletler bile birbirlerine benzemeye başlamıştır. İşletmeler hayatta kalmak

ve onlara bağlı müşterileri kaybetmemek için ürünlerini farklılaştırmak yoluna gitmek zorundadır(Pine ve Gilmore, 1998:20). Deneyim ekonomisi kavramı ilk kez B. Joseph Pine II ve James H. Gilmore tarafından kullanılmıştır. Bir ürünün ekonomik olarak değer biçilebilmesi için deneyimler, hizmetler, ürünler ve mallar olarak 4 evreden geçtiği belirtilmiştir(Pine ve Gilmore, 1999:6).

2.3. *Deneyimsel Pazarlama Özellikleri*

Deneyim ekonomisi kavramıyla birlikte hizmet ve ürün sektörlerinde üretim anlayışı müşteri deneyim ve istekleri üzerine hazırlanmaya başlanmıştır. Müşteri deneyimlerini önemseyen işletmeler bu durumun işletme karını artırdığını ve rekabet avantajı kazandığını ifade etmektedirler (Poulsson ve Kale, 2004:45). Deneyimsel pazarlamanın yaklaşımları geleneksel pazarlama anlayışından farklıdır. İşletmenin veya üretim anlayışına odaklanmak yerine müşterilerin bilişsel, duygusal, davranışsal, duygusal ve ilişkisel motivasyonlar üzerine odaklanmaktadır. Tüketici deneyim ve ihtiyaçlarını anlayabilmek için kalitatif ve kantitatif yöntemler kullanılmaktadır (Schmitt, 2004:60).

2.4. *Deneyimsel Boyutlar*

Deneyimsel pazarlama tüketicinin beş duyu organına hitap etmekte ve tüketicinin yaşayabileceği beş farklı deneyimden oluşmaktadır. Yaşam şekline ve davranışlara dayanan deneyimler davranışsal, duygu ve ruh haline dayanan deneyimler duygusal, Gelişime ve bilişsel özelliklere dayanan deneyimler düşünsel, sosyal çevre ve kültüre dayanan deneyimler ilişkiseldir, duyu organlarına dayanan deneyimler duygusaldır.

Deneyimsel pazarlamanın beş ayrı deneyime dayandığından söz edilmiştir. Bunlar Schmitt tarafından "Stratejik Deneyimsel Modüller" olarak adlandırılmış ve sınıflandırılmıştır (Schmitt, 1999a); Duygusal deneyim, Duyusal deneyim, Davranışsal deneyim, Düşünsel deneyim, İlişkisel deneyim olarak sınıflandırılmaktadır. Deneyim Boyutları; beş duyu organlarıyla ilişkilendirilmiştir. Bunlar; Görme, işitme, dokunma, tatma ve koklamadır.

Duyusal Deneyim: Duyular dokunma, tatma, görme, koklama ve duymadan oluşmaktadır. Duyusal deneyimleri dizayn eden şirketler tüketicinin zihninde markayı konumlandırmaktadırlar. Bu marka dizaynlarının sonucunda üretilen marka imajı sadece ürünün özellikleriyle veya kullanıldığı alanla sınırlı kalmaz, bunun ötesine geçerek ürün tüketicinin zihninde farklı duygusal özellikler olarak canlanır ve duygusal

olarak ürüne karşı bağlılığı arttırılır (Schmitt, 1999b: 109-111).

Duygusal Deneyim: Tüketici zihninde işletme ve markayla ilgili duyguları harekete geçirecek deneyimler oluşturulmasıdır. Tüketicilerin bir ürünle bir duyguyu en çok bağdaştırdığı veya duygularının harekete geçtiği en önemli yer tüketimdir (Schmitt, 1999b: 129).

Düşünsel Deneyim: Tüketicinin düşünceleri etkilemek için düşünsel deneyimin tüketici de ortaya çıkması için yapılan, düşünsel pazarlamanın amacı hedef kitlenin şirketin ürettiği ürünler veya hizmetler hakkında ayrıntılı düşünmesini sağlamak ve zihninde önemli bir yer edinmesini sağlayacak düşünceleri düşünmesini sağlamaktır (Schmitt, 1999b:138).

Davranışsal Deneyim: Hedeflenen tüketici kitlesinin yaşam tarzının incelenerek çeşitli yollar sunulması, tüketicilere farklı bir yaşam seçeneği sunulmaya çalışılmaktadır. Temel olarak farklı ürün ve hizmetlerin kullanılarak tüketicinin yaşam tarzında değişiklik meydana getirmek ve onları farklı deneyimler önererek hayat tarzlarını değiştirmektir. Bu davranışsal deneyimler duygusal, duyusal ve düşünsel yönlerden tüketiciyi harekete geçirecek davranışsal deneyimler olarak tanımlanmıştır. (Schmitt, 1999b: 154-160).

İlişkisel Pazarlama: Tüketiciler kendi düşüncelerine ve duygularına uygun markalar bularak kendileriyle ilişkilendirirler. İşletmeler, tüketicilerine doğru deneyimi yaşatabilmek ve ürünlerini satabilmek için hedef kitlelerini iyi tanımalı ve ürettikleri ürün veya imajlarını buna göre tasarlamaları gerekmektedir.

İlişkisel deneyim kurmaya çalışan bütün işletmelerin temel amacı tüketiciyle ürün arasında bağ kurmak ve özleştirmeye çalışmaktadır. Deneyimler referans gruplardan, kültürel çevreden, kişilerin yakın ilişkilerinden, dahil oldukları grup ve sınıflardan elde edilmektedir (Kotler et al., 1998:181-199).

Deneyimsel Pazarlamanın Faydaları

İşletmeler tarafından uygulanan deneyimsel pazarlama çalışmaları işletmelere, farklılaştırma sonucu işletme kimliği özelleşmesi, Tüketici isteklerini yönlendirilmesi, Kişiye özel hizmet ve kişiselleştirilmiş hizmet sağlaması, Kar oranlarını ve satışları yükseltmesi, Ürün niteliğinin nasıl olması gerektiğiyle ilgili tüketici istekleri hakkında bilgiler sunması, tüketici bağlılığını arttırması, işletmenin özelliklerini ortaya çıkararak tüketiciyle iletişim sağlaması gibi faydaları sağlamaktadır (Edvardsson et al., 2005:150).

2.5. Deneyimsel Pazarlama Yönetimi

Ürün çeşitliliğinin artması, ürünlerin değerlendirme ve satın alma kriterinin her geçen gün değiştiği günümüzde tüketici kitlesinin ürünleri ve markayı hatırlaması gittikçe zorlanmaktadır. Bunun sonucu olarak deneyimsel pazarlama yönetimi zorunlu hale gelmektedir. Tüketici kitlesinin marka, ürün ve hizmetlerle bağ oluşturmak isteyen her işletme tüketicinin neyi aradığını, ürün, hizmet ve markayla iletişim noktalarını bilmek ve buna göre hareket etmek zorundadır. Deneyimsel pazarlama üç aşamadan oluşmaktadır (Schmitt, 2003: 24). Analiz, uygulama ve strateji olarak üç ayrı aşaması vardır. Analiz kısmında; tüketici analizi başlığı altında rakiplerin, tüketiciyle bir araya gelinen noktaların, hedef kitlenin, deneyimsel mekanların ve araştırma çeşitlerinin belirlenmesi gerçekleştirilmektedir. Uygulama kısmı, marka deneyimi oluşturulması ve sürekli gelişimden (inovasyon) oluşmaktadır. İletişimde yaşanan deneyimler, markanın görüntüsü ve hissettirdiği duygular, ürünlerin deneyimi marka deneyimi oluşturulmasının kapsamındadır. Strateji aşaması, deneyimsel alanların oluşturulması ve tüketici etkileşiminin oluşturulmasından oluşur.

2.6. Deneyimsel Pazarlama Araçları

İletişim araçları promosyon ürünlerden, insanlardan, internet sitelerinden, çevre düzenlemelerinden vb. araçlardan oluşmaktadır. Bu araçlar sayesinde tüketiciyle işletme arasındaki bağ güçlenmekte ve tüketicilere ürün ve hizmetleri daha ayrıntılı tanıtma fırsatı elde edilmektedir (Doğan, 2006: 41). İnternet teknolojisinde meydana gelen gelişmeler sonucunda sosyal platformlar kullanılarak yapılan ve mobil pazarlama araçları kullanılarak günümüzde deneyimsel pazarlamanın kullanılması noktasında etkili olmaktadır (Schmitt, 1999: 63).

2.7. Deneyimsel Pazarlama Uygulama Alanları

İşletmelerin nerede ve ne zaman organizasyon yapacaklarına karar vermesi zor bir süreçtir. Bu konuyla ilgili çeşitli modeller olup konum hiyerarşi modeliyle konuyla ilgili yol haritası ortaya konmaya çalışılmıştır. Modele göre işletmeler sadece beş farklı mekân seçeneğiyle deneyimsel pazarlamanın avantajlarını kullanabileceği belirtilmiştir. Bu mekanlar: deneyim merkezleri, outletler, ticari merkezler, merkezi mekanlardaki faaliyetlerde ve dünya pazarları olarak sıralanmaktadır (Gilmore ve Pine, 2002:7). Deneyim yerleri sadece fiziksel mekanlarla kısıtlı değildir. İşletmeler günümüzde teknolojiyi de kullanarak sanal ortamlarda da yer almaktadırlar (Gilmore ve Pine, 2002 :9).

2.8. *Deneyimsel Pazarlama Yönetimi Aşamaları*

Deneyimsel pazarlama yönetiminde temel amaç işletmeler için yeni stratejiler denemek ve işletmeler için uygulamaktır. Tüketicisiyle çeşitli akademik araştırmalar yaparak sürekli bir şekilde gözlem, anket ve mülakat çalışmaları yapılması gerekmektedir. Küreselleşme sonucu tüketici kitlesinin fikir, istek ve ihtiyaçları sürekli değişmektedir. Çalışmalar sonucunda elde edilen veriler sınıflandırılmalı, çeşitli stratejik deneyim metotları oluşturulmalı, sınıflandırılmalı ve deneyim haritası oluşturulmalıdır. Deneyim çeşitleri belirlendikten sonra yararlı ve yararsız deneyimler belirlenerek mali açıdan avantaj elde edilebilir.

2.9. *Müşteri Deneyimi Yönetimi*

Tüketicinin istek, arzu ve ihtiyaçları gözetilerek işletmenin ürün ve hizmetlerinin tamamının deneyimlerinin profesyonel olarak planlanmasıdır (Schmitt, 2003a:25). İşletmelerin sadece tüketiciler için deneyim sağlayacak organizasyonlar ve alanlar oluşturması yetmez. Deneyim yaratmak için oluşturulmuş organizasyonların profesyoneller tarafından hazırlanmış olması, buna dair profesyonel bir bakış açısı gerekmekte ve işleri profesyonel bir şekilde düzenleyecek bir yönetime ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun temel sebepleri arasında profesyonel bir yaklaşım sergilemeyen işletmeler hedef kitlelerini doğru seçememektedirler.

2.10. *Tüketici Kavramı*

Tüketici, işletmelerin üretim anlayışlarının sonucunda ortaya çıkan nihai ürün veya hizmeti satın almaya gönüllü kişiler veya kurumlardır (Odabaşı ve Barış, 2010:20). Başka bir bakış açısıyla kendi istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek için ürün ve hizmetlerin kişilerce tüketilmesidir. Tüketici davranışları, bir kişinin veya bir grubun ihtiyaç, istek ve arzularının sağlanması amacıyla arzu ettikleri ürün, hizmet ve diğer hizmetleri kişilerin önceki deneyimleri kullanılarak, organize bir süreç olarak tanımlanmıştır (Solomon, 2007:7).

2.11. *Tüketicinin Satın Alma Kararı Süreci*

Tüketicilerin satın alma kararları iki şekilde sınıflandırılmıştır. Bunlar; "otomatik satın alma" "karar vermeli satın alma" olarak iki bölüme ayrılmıştır. Otomatik satın alma eylemi bireylerin vakit kaybetmeden ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürün ve hizmetleri satın alması olayıdır. Kişiler bu satın alma çeşidinde ürün ve hizmetlerle ilgili herhangi bir araştırma veya karşılaştırma yapmazlar. Karar vererek satın aldıkları durumlarda kişiler almak istedikleri ürün ve hizmetlerle ilgili gerekli

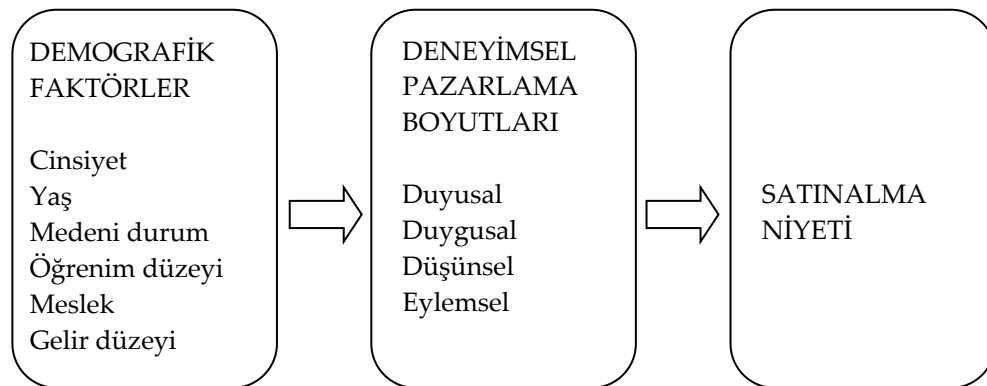
araştırma, karşılaştırmaları yaparak ve buna zaman harcayarak satın alma işlemlerini gerçekleştirirler (Karafakioğlu, 2008:104-105).

2.12. Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Tüketicilerin karar verme aşamaları karmaşık kompleks bir süreçtir. Tüketicilerin davranışlarını etkisi altında bırakan belirli psikolojik faktörler bulunmaktadır. Davranışlara etkide bulunan psikolojik faktörler; motivasyon, algılama, öğrenme, tutum ve kişilik olarak sıralanmaktadır. Sosyal faktörler: kültür, alt kültür, sosyal sınıf, referans gruplar, roller ve aileden oluşmaktadır. Tüketiciler sadece kendi istek, arzu ve ihtiyaçları için alışveriş yapmazlar, aynı zamanda sosyal olarak etkileşimde buldukları insanlar için de belirli ürün ve hizmetleri satın alırlar (Wilson, 1998). Kişisel Faktörler, kişilerin, hayata bakış açılarını ve satın alma davranışlarını etkileyen, kişinin sahip olduğu demografik faktörler, durumsal faktörler ve yaşam biçimini oluşturan davranışlar bütünüdür. Yaş, cinsiyet, meslek ve ekonomik durum kişisel faktörleri ifade etmektedir.

2.13. Hipotez Geliştirme

Rekabet ve üretim anlayışında yaşanan gelişmeler sonucunda üretilen ürünlerin müşteri tarafından fark edilmesi ve işletmeler rekabet avantajı elde etmek amacıyla deneyimsel pazarlamanın avantajlarından yararlanmaya başlamışlardır. Deneyimsel pazarlamanın avantajlarından yararlanılarak tüketici satın alma niyetine değiştirmeye çalışmışlardır. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı deneyimsel pazarlamanın tüketici satın alma niyetine etkisi olup olmadığını belirlemektir. Çalışmanın modeli Çiçek (2015) tarafından geliştirilen modelden uyarlanmıştır. Literatüre dayanılarak oluşturulmuş araştırma modeli şekilde verilmiştir.



Şekil 1. Deneyimsel Pazarlama Modeli (Çiçek, 2015)

Çalışmanın hipotezleri: Modeldeki değişkenlerin literatürdeki yapılan araştırmalar sonucunda ilişkiler temelinde geliştirilmiştir. Araştırmanın amaçları doğrultusunda aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuştur.

H1: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H2: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle yaşa göre farklılık göstermektedir.

H3: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H4: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle öğrenim düzeyi göre farklılık göstermektedir.

H5: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle meslek gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H6: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H7: Deneyimsel pazarlama boyutlarının, satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak pozitif anlamlı bir etkisi vardır.

H7a: Deneyimsel pazarlamanın duysal boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H7b: Deneyimsel pazarlamanın duygusal boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H7c: Deneyimsel pazarlamanın düşünsel boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H7d: Deneyimsel pazarlamanın eylemsel boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

III. Yöntem**3.1. Kullanılan Ölçekler**

Araştırmada kullanılan deneyim boyutları olan duysal, duygusal, eylemsel ve düşünsel boyutları ölçen sorular Brakus, ve arkadaşlarının (2009) çalışmasından, demografik değişkenler ve satın alma niyetini ölçen sorular Saygılı (2014)'in çalışmasından uyarlanmıştır. Bu iki çalışma temel

alınmasıyla birlikte bu çalışmalara kaynak olan önceki çalışmalardan da yararlanılmıştır (Dodds et al., 1991; Sirohi et al., 1998; Devaraj et al., 2002; To et al., 2007, Topaloğlu, 2009).

3.2. Örneklem ve Veri Toplama

Araştırma evreni, ulaşılmak istenen amaca ve probleme daha kolay ulaşılabilmek bakımından Sakarya ili olarak belirlenmiştir. Araştırmanın öneminin daha iyi anlaşılabilmesi için 18 yaş üzeri, geliri 1600 TL'nin üzerinde ve Sakarya ilindeki saat 3- 5 arasında marketlerden alışveriş yapmış kullanıcılar evren olarak seçilmiştir. Araştırma evreninin tamamına ulaşmanın imkânsızlığı, zaman ve maliyet kısıtları göz önünde bulundurulduğunda, Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Dolayısıyla hesaplamalarda da her elemana verilecek ağırlık aynıdır (İslamoğlu, 2003: 141). Çalışmaya katacağı avantajlar, maliyet ve zaman faktörleri değerlendirilip örnekleme yöntemlerinden Basit tesadüfî örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmanın örnekleme büyüklüğünün belirlenmesinde, çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemi olan faktör analizi göz önüne alınmıştır. Bu çerçevede literatürde örnekleme boyutuyla ilgili bir standart bulunmamasına rağmen faktör analizinde tercih edilen faktör analizine giren değişken sayısının en az 10 katı kadar veya daha fazla olmalıdır (Altunışık vd., 2007:128). Buradan yola çıkarak ve farklı örnekleme büyüklüklerinde Cohen ve arkadaşları (2000) 'nın ortaya koyduğu standart dikkate alınarak 383 olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda 400 deneğe ulaşılmış ve istatistiksel analizler açısından sahip olunan örnekleme büyüklüğünün yeterli olduğu düşünülmüştür.

Verileri toplayabilmek için, veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Örnekleme oluşturan her bireyin aynı soru setine cevap verebilmesine olanak tanıdığı için, fazla sayıda kişiye ulaşılmasını kolaylaştırdığı ve ideal bir veri toplama aracı olduğu için anket yöntemi tercih edilmiştir (Altunışık vd., 2010: 78). Düzenlenen anketler yüz yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır.

IV. Analiz ve Bulgular

Araştırmada ölçeklerin faktör yapısını test etmek için, temel bileşenler yöntemi ve varimax rotasyonu kullanılarak, keşfedici faktör analizi yapılmıştır. H1 ve H3 hipotezi için T testi, H2, H4, H5 ve H6 için Anova testi, H7 ve alt hipotezler için basit regresyon ve çoklu regresyon kullanılarak analiz edilmiştir. Demografik bilgiler, en sık alışveriş yapılan

market, en sık tüketilen ürün grubu, ürün gruplarında en çok tercih edilen marka, market tercihi ve alışveriş sıklığı gibi değişkenlere yönelik frekans dağılımları tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında yer alan Sakarya ilinde marketlerden alışveriş yapmış, 400 kullanıcıya ait demografik özellikler Tablo 1’de sunulmuştur.

**Deneyimsel
Pazarlamanın
Tüketici Satın
Alma Niyeti
Üzerine Etkisi**

**Tablo1.
Demografik Bulgular**

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	235	58,8
	Erkek	165	41,2
Medeni durum	Bekâr	319	79,8
	Evli	81	20,2
Eğitim durumu	İlköğretim	7	1,8
	Lise	44	11
	Önlisans	37	9,3
	Lisans	218	54,5
	Yüksek Lisans	89	22,3
Yaş	Doktora	5	1,3
	18-23	112	28
	24-29	160	40
	30-35	76	19
	36-41	34	8,5
	42-47	10	2,5
	48-53	5	1,3
	54-59	2	0,5
Aylık gelir	60 ve Üzeri	1	0,3
	1600-2000	170	42,5
	2001-2500	43	10,8
	2501-3000	56	14
	3001-3500	30	7,5
	3501-4000	22	5,5
	4001-4500	24	6
4501 ve Üzeri	55	13,8	
Meslek	İşçi	54	13,5
	Emekli	2	0,5
	Ev Hanımı	12	3
	Akademisyen	25	6,3
	Memur	49	12,3
	Öğrenci	138	34,5

Serbest Meslek	13	3,3
Esnaf	18	4,5
Diğer	89	22,3

Araştırmada, tüketiciler tarafından en sık alışveriş yaptığı market sorulmuştur. Tablo 2’de belirtilen seçenekler ile sorulmuş işaretlemeleri istenmiştir. Katılımcıların en sık tercih ettikleri marketlere bakıldığında, Katılımcılar arasında en çok Migros %32,5’le tercih edilmekte ve ondan sonra %28,8’le Bim ve %11,0’la Şok tercih edilmektedir. Migros, Bim ve Şok en çok tercih edilen 3 markettir ve katılımcıların %72,3’ü tarafından tercih edilmektedir.

Tablo2.
En Sık Alışveriş Yapılan Market

Seçenekler	Frekans	Yüzde
Migros	130	32,5
Şok	44	11
Bim	115	28,8
Hakmar	4	2,8
Geltat	11	2,3
Essen	9	2,8
Özpaş	11	1,3
File	5	1,3
Diğer	70	17,5

4.1. Faktör Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, faktör analizi yapmak için örneklem sayısının yeterli olup olmadığını, Bartlett küresellik testi ise faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek amacıyla KMO ve Bartlett Testi yapılmıştır. Faktör analizinin uygulanabilmesi için Bartlett Testi sonucunun değişkenler arasında faktör analizi yapılabilecek güçte bir ilişki olup olmadığını göstermektedir (İslamoğlu, 2014:402). Verilere faktör analizi yapılmadan önce, verilerin anlamlı çıkması ($p < 0,05$) istenir (İslamoğlu, 2014:402).

KMO ve Bartlett testlerinin sonuçlarının yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde KMO testindeki 0.819 değeri örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğunu gösterirken, Bartlett testinin sonucu da 1577,505 ve $p < 0,001$ güven seviyesinde anlamlı

bulunmuştur. Dolayısıyla verilerin faktör analizine uygun olduğu sonucuna varılabilmektedir.

KMO ve Bartlett testlerinin sonuçlarının yer aldığı Tablo 4 incelendiğinde KMO testindeki 0.777 değeri örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu gösterirken, Bartlett testinin sonucu da 1063,847 ve $p < 0,001$ güven seviyesinde anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla verilerin faktör analizine uygun olduğu sonucuna varılabilmektedir.

Deneyim ölçeğinde yer alan ifadelerin faktör analizine uygunluğu anlaşıldıktan sonra bu ifadelerin toplanacağı boyutları ve bu boyutların sayısını görebilmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda ifadelerin 3 faktör altında toplandığı gözlenmiş olup, faktörler, her bir ifadenin faktör yükleri ve açıklanan varyans yüzdeleri Tablo 5'te verilmiştir.

Satın alma ölçeğinde yer alan ifadelerin faktör analizine uygunluğu anlaşıldıktan sonra bu ifadelerin toplanacağı boyutları ve bu boyutların sayısını görebilmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda ifadelerin 1 faktör altında toplandığı gözlenmiş olup, faktör, her bir ifadenin faktör yükleri ve açıklanan varyans yüzdeleri Tablo 6'da verilmiştir.

Yapılan faktör analizi sonucunda 1 ifade diğer faktörlerden yeterli şekilde ayrılmadığı için ölçekten çıkarılmıştır. Oluşan faktör yapılarını adlandırmak için, her bir faktörün altında yer alan değişkenlerin içerikleri dikkate alınmıştır. Buna göre ilk faktöründe altında toplanan değerler incelendiğinde kişilerin deneyimleri sonucundaki eylemleri içerdiğinden ilk faktör "eylemsel boyut" olarak adlandırılmıştır. İkinci faktör altında toplananlar incelendiğinde duyuşsal deneyimle ilgili sorular içerdiğinden "Duyuşsal Boyut" olarak adlandırılmıştır. Üçüncü Faktör altında toplanan değişkenler incelendiğinde Düşünceyi ve duyuşsal durumu ölçen sorulardan oluştuğu için "Düşünsel Boyut" olarak adlandırılmıştır.

Tek faktörün altında toplanan değerler incelendiğinde, hepsinin satın alma davranışı ve niyeti ile ilgili sorular olduğu dikkate alınarak faktör "Satın Alma Niyeti" olarak adlandırılmıştır.

Tablo 7'de yer alan veriler değerlendirildiğinde, uygulanan faktör analizi sonucunda öz değeri birin üstünde olan üç adet faktörün meydana geldiği bulunmuştur. Bu faktörlerden ilkinin toplam varyansın %23,680'ını, ikinci faktör %22,408'ini, üçüncü faktörün %16,468'ini açıklamaktadır. Bu üç faktör birlikte ise toplam varyansın %62,556'sini

açıklamaktadır. Elde ettiğimiz değer arzu edilen değer (%60) üzerindedir. (Kurtuluş, 2010:190).

Tablo 8'de yer alan veri değerlendirildiğinde, uygulanan faktör analizi sonucunda öz değeri birin üstünde olan 1 adet faktörün meydana geldiği bulunmuştur. Bu faktör ise toplam varyansın %64,981'ini açıklamaktadır. Elde ettiğimiz değer arzu edilen değer (%60) üzerindedir. (Kurtuluş, 2010:190).

**Tablo3.
Deneyim Ölçeği İçin KMO ve Bartlett Testi**

Kaiser- Meyer- Olkin Measure Örneklem Uyum Testi		,819
Bartlett Testi	Yaklaşık Ki-kare	1577,505
	df	55
	Sig.	,000

**Tablo4.
Satın alma Ölçeği İçin KMO ve Bartlett Testi**

Kaiser- Meyer- Olkin Measure Örneklem Uyum Testi		,777
Bartlett Testi	Yaklaşık Ki-kare	1063,847
	df	10
	Sig.	,000

**Tablo5.
Deneyim Ölçeği İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (Temel Bileşenler Analizi, Varimax Döndürme, N=400)**

İfadeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %
Eylemsel Boyut		23,68
Bu marketin ürünlerini kullanmak beni aynı davranışı tekrar etmeye teşvik eder.	0,813	
Bu marketin ürünleri bana tümüyle bir deneyim yaşatır.	0,712	
Bu marketin ürünlerinin benim gözümde duygusal bir anlamı vardır.	0,677	
Bu marketin ürünlerini kullanmak beni aynı davranışı tekrar etmeye teşvik etmez.	0,553	

Tablo5. Devamı

İfadeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %
Duyusal Boyut		22,408
Bu marketin ürünleri (görsel, işitsel, dokunsal, kokusal ya da tatsal) duyularım üzerinde güçlü etkiler bırakır.	0,848	
Bu marketin ürünlerini duyusal (görsel, işitsel, dokunsal, kokusal, tatsal) açıdan ilgi çekici buluyorum.	0,803	
Bu marketin ürünleri duyularımı ve hislerimi harekete geçirir.	0,671	
Bu marketin ürünlerini duyularıma (görsel, işitsel, dokunsal, kokusal, tatsal) hitap eder.	0,61	
Düşünsel Boyut		16,468
Bu marketin ürünleri bana herhangi bir şey düşündürmez.	0,736	
Bu marketin ürünlerine karşı güçlü duygular beslemem.	0,696	
Bu marketin ürünleri ile karşılaştığımda (reklam, billboard gibi yerlerde) düşüncelere kapılıyorum.	0,617	
Toplam Açıklanan varyans		62,556

Deneyimsel Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi

209

Tablo 6.

Satın Alma Ölçeği İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (Temel Bileşenler Analizi, Varimax Döndürme, N=400)

Satın Alma Niyeti	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %
Bu marketi büyük olasılıkla arkadaşlarıma tavsiye edeceğim.	0,844	
Gelecekte bu marketten alışveriş yapmaya devam edeceğim.	0,838	
Gelecekte de ihtiyacım olan ürünleri bu marketten satın alacağım.	0,805	
Bu marketten alışveriş yaparak doğru bir şey yaptığımı düşünüyorum.	0,79	
Diğer marketler yerine bu marketten alışveriş yapmanın daha iyi olduğunu düşünüyorum.	0,751	
Toplam Açıklanan varyans		64,981

4.2. Güvenilirlik Analizi

Ölçeğin taşınması gereken özelliklerden birisi olan güvenilirlik, bir ölçme aracıyla aynı koşullarda tekrarlanan ölçümlerde elde edilen ölçüm değerlerinin kararlılığının bir göstergesidir. Ölçüm aracının güvenilirliğini

test etmek için istatistik yöntemler de kullanılabilir. Bu yöntemlerden en yaygın ölçeğin iç tutarlılığını değerlendiren Cronbach's Alpha katsayısı yöntemidir. Bu katsayı, çok sorulu bir ölçekteki sorular arasındaki uyumun derecesini gösterir ve 0 ile 1 arasında değerler alabilir. Cronbach's Alpha katsayısı 1'e yaklaştıkça, ölçekteki sorular arasındaki içsel uyumun o denli yüksek olduğu söylenebilir. Alfa katsayısı,

- 0,80 – 1,00 arasında ise; Ölçek yüksek güvenilirliğe sahiptir
- 0,60 – 0,80 arasında ise; Ölçek oldukça güveniliridir
- 0,40 – 0,60 arasında ise; Ölçek güvenilirliği düşüktür,
- 0- 0,40 arasında ise; Ölçek güvenilir değildir (İslamoğlu ve Alnaçık, 2014:283).

Tablo 7.
Güvenilirlik Analizi Bulguları (Cronbach's Alpha)

Faktörler	Cronbach's Alpha
Eylemsel Boyut	0,761
Duyusal Boyut	0,796
Düşünsel Boyut	0,608
Satın Alma Niyeti	0,861

Tablo 9'da faktör analizi ile ayrılan 5 ölçeğin güvenilirlik analizi sonuçlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayıları verilmiştir. Tablo 9'da görüldüğü gibi ölçekler oldukça güveniliridir.

4.3. Hipotez Testleri

H1: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Katılımcıların cinsiyetleri bakımından, deneyim boyutlarına karşı tutumlarının anlamlı farklılıkların gösterip göstermediğini tespit etmek için, bağımsız iki örneklem t testi analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen özet sonuçlar aşağıdaki Tablo 10'da olduğu gibidir.

Tablo8.
Katılımcıların Deneyim Boyutlarına Yönelik Tutumlarına İlişkin Grup İstatistikleri

Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	Ortalamanın standart hatası
Kadın	235	2,9933	,65850	,04296
Erkek	165	2,9586	,74482	,05798

Deneyimsel Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi

211

Tablo 9.
Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Deneyim Boyutlarına İlişkin Bağımsız İki Örneklem T Testi Analizi Özet Tablosu

	F	P	T	Sig
Deneyim Boyutları	3,350	,068	,491	,624
			,481	,631

H1 hipotezi için yapılan analizde Levene testine ait p değerleri 0,005'ten büyük (0,68) çıkması varyansların eşit olduğu anlamına gelmektedir. Bu durumda varyansların eşit olduğu birinci satırdaki p (sig (2-tailed)) değerine bakılmıştır. P değerinin (,624) 0,05'ten büyük olması deneyim boyutlarına ilişkin verilen cevapların kadın ve erkeklere göre anlamlı bir farklılık göstermediği anlamına gelmektedir ve H1 hipotezi reddedilmiştir.

H2: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle yaşa göre farklılık göstermektedir.

faýdalanılmıştır. Elde edilen özet sonuçlar aşağıdaki Tablo12'de olduğu gibidir.

Tablo 10.
Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Deneyim Boyutlarına İlişkin Tek-Yönlü Varyans (Anova) Analizi Özet Tablosu

Faktörler	Ortalamalar								F	P
	18-23	24-29	30-35	36-41	24-47	48-53	54-59	60+		
Duyusal Boyut	2,82	2,58	2,57	2,49	2,77	2,47	2,00	1,67	1,331	,234
Duyusal Boyut	3,30	3,18	3,10	3,14	2,83	3,20	2,67	2,33	1,007	,426
Eylemsel Boyut	2,83	2,83	2,92	2,75	2,73	2,87	3,00	3,00	,430	,883
Düşünsel Boyut	2,77	2,81	2,90	2,86	3,03	2,93	2,83	2,67	,624	,736

Yapılan Anova analizi sonucunda önem dereceleri sırasıyla $0,234 > 0,05$, $0,426 > 0,05$, $0,883 > 0,05$, $0,736 > 0,05$ bulunmuştur ve H2 hipotezi red edilmiştir yani katılımcıların deneyim boyutları ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H3: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

Katılımcıların medeni durumları bakımından, deneyim boyutlarına karşı tutumlarının anlamlı farklılıkların gösterip göstermediğini tespit etmek için, bağımsız iki örneklem t testi analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen özet sonuçlar aşağıdaki Tablo 13'te olduğu gibidir.

Tablo 11.
Katılımcıların Deneyim Boyutlarına Yönelik Tutumlarına İlişkin Grup İstatistikleri

Medeni Durum	N	Ortalama	Std. Sapma	Ortalamanın standart hatası
Evli	81	2,8940	,69285	,07698
Bekâr	319	3,0005	,69461	,03889

Tablo 12.
Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Deneyim Boyutlarına İlişkin Bağımsız İki Örneklem T Testi Analizi Özet Tablosu

	F	P	T	Sig
Deneyim Boyutları	,127	,722	1,233	,218
			1,235	,219

H3 hipotezi için yapılan analizde Levene testine ait p değerleri 0,005'ten büyük (0,722) çıkması varyansların eşit olduğu anlamına gelmektedir. Bu durumda varyansların eşit olduğu birinci satırdaki p (sig (2-tailed)) değerine bakılmıştır. P değerinin (,218) 0,05'ten büyük olması deneyim boyutlarına ilişkin verilen cevapların evli ve bekarlara göre anlamlı bir farklılık göstermediği anlamına gelmektedir ve H3 hipotezi reddedilmiştir.

H4: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle öğrenim düzeyi göre farklılık göstermektedir.

Eğitim seviyesi bakımından market kullanıcılarının, deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutlarına göre tutumlarının anlamlı farklılıkların gösterip göstermediğini tespit etmek için, tek yönlü varyans (Anova) analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen özet sonuçlar aşağıdaki Tablo 15'te olduğu gibidir.

Tablo 13.
Katılımcıların Öğrenim Düzeylerine Göre Deneyim boyutlarına Tutumlarına İlişkin Tek-Yönlü Varyans (Anova) Analizi Özet Tablosu

Faktörler	Ortalamalar						F	P
	İlköğretim	Lise	Önlisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora		
Duyusal Boyut	2,00	2,67	2,37	2,66	2,69	2,87	1,59	,162
Duygusal Boyut	2,86	3,43	2,96	3,23	3,04	3,47	2,43	,035
Eylemsel Boyut	2,71	2,82	3,04	2,83	2,79	2,93	1,15	,335
Düşünsel Boyut	2,95	3,07	2,91	2,78	2,79	2,87	2,31	,044

Yapılan Anova analizi sonucunda önem dereceleri sırasıyla $0,162 > 0,05$, $0,035 < 0,05$, $0,335 > 0,05$, $0,044 < 0,05$ bulunmuştur. Yapılan analizde, Deneyimsel boyutlardan duygusal boyut ve düşünsel boyutun, öğrenim düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($0,035 < 0,05$, $0,044 < 0,05$) ve H4 hipotezi Kabul edilmiştir yani katılımcıların öğrenim düzeyleri ile deneyim boyutlarına tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Yapılan Anova analizi sonucunda önem dereceleri ($0,035 < 0,05$, $0,044 < 0,05$) bulunmuştur ve H4 hipotezi kabul edilmiştir. Yani deneyimsel boyutlar ile öğrenim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden LSD testi yapılarak aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Tablo 14.
Gruplar Arası Farklılıkların Belirlenmesine Yönelik LSD Analiz Özet Tablosu

				Ortalamaların	Standart	P
				farklılıkları (I- J)	hata	
Duyusal Boyut	LSD	İlk Öğretim	Lise	-0,67424	0,35928	0,06
			Ön lisans	-0,36937	0,36391	0,31
			Lisans	-0,66208	0,33903	0,05
			Y. Lisans	-,68914*	0,34659	0,05
			Doktora	-0,86667	0,51699	0,09
Düşünsel Boyut	LSD	Lise	Lise	0,30952	0,34878	0,38
			Ön lisans	-0,26577	0,19119	0,17
			Lisans	-0,29664	0,14166	0,04
			Y. Lisans	-0,20787	0,15796	0,19
			Doktora	-0,3	0,40451	0,46

Tablo 16’da LSD analizine ait bulgular verilmiştir. Yapılan analiz sonucunda duyuşal boyuttaki ilköğretim seviyesindeki katılımcılarla, yüksek lisans seviyesindeki katılımcıların duyuşal boyut açısından öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gözlenmektedir.

Düşünsel boyuttaki katılımcılar incelendiğinde lise seviyesindeki katılımcılarla, lisans seviyesindeki katılımcılar arasında düşünsel boyut açısından öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gözlenmektedir.

H5: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle meslek gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Meslek grupları bakımından market kullanıcılarının, deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutlarına göre tutumlarının anlamlı farklılıkların gösterip göstermediğini tespit etmek için, tek yönlü varyans (Anova) analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen özet sonuçlar aşağıdaki Tablo 17’de olduğu gibidir.

Tablo 15.

Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Deneyim Boyutlarına Tutumlarına İlişkin Tek-Yönlü Varyans (Anova) Analizi Özet Tablosu

Faktörler	Ortalamalar								F	P	
	İşç	Eme	EvHa	Aka	Mem	Öğr	SerMe	Esn			Diğ
Duyusal Boyut	2,41	2,33	2,36	2,55	2,52	2,83	3,36	2,00	2,61	4,070	,000
Duygusal Boyut	2,97	3,67	3,19	3,16	3,12	3,29	2,92	3,04	3,24	1,180	,310
Eylemsel Boyut	2,88	3,50	2,83	2,85	2,95	2,81	2,92	2,78	2,78	,806	,598
Düşünsel Boyut	2,90	2,67	3,00	2,72	2,88	2,78	2,92	2,98	2,80	,772	,627

Not: İşç=İşçi; Eme=Emekli; EvHa=Ev Hanımı; Aka=Akademisyen; Mem=Memur; Öğr=Öğrenci; SerMe=Serbest Meslek; Esn=Esnaf; Diğ=Diğer

Yapılan Anova analizi sonucunda önem dereceleri sırasıyla $0,000 < 0,05$, $0,310 > 0,05$, $0,598 > 0,05$, $0,627 > 0,05$ bulunmuştur. Yapılan analizde, Deneyimsel boyutlardan duyuşal boyutun, meslek grupları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($0,000 < 0,05$) ve H5 hipotezi Kabul edilmiştir yani katılımcıların meslek grupları ile deneyim boyutlarına tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Yapılan Anova analizi sonucunda önem dereceleri ($0,000 < 0,05$) bulunmuştur ve H5 hipotezi kabul edilmiştir. Yani deneyimsel boyutlar ile meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden LSD yapılarak aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Tablo 16.
Gruplar Arası Farklılıkların Belirlenmesine Yönelik LSD Analiz Özet Tablosu

			Ortalamaların farklılıkları (I- J)	Standart hata	P
Duyusal Boyut	LSD İlk Öğretim	Lise	-0,67424	0,35928	0,061
		Ön lisans	-0,36937	0,36391	0,311
		Lisans	-0,66208	0,33903	0,052
		Y. Lisans	-,68914*	0,34659	0,047
		Doktora	-0,86667	0,51699	0,094
Düşünsel Boyut	LSD Lise	Lise	0,30952	0,34878	0,375
		Ön lisans	-0,26577	0,19119	0,165
		Lisans	-0,29664	0,14166	0,037
		Y. Lisans	-0,20787	0,15796	0,189
		Doktora	-0,3	0,40451	0,459

Deneyimsel Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi

215

Tablo 18’de LSD analizine ait bulgular verilmiştir. Yapılan analiz sonucunda duyusal boyuttaki serbest meslekteki katılımcılarla, işçi, ev hanımı, akademisyen, memur, öğrenci, esnaf ve diğer meslekler arasındaki katılımcıların duyusal boyut açısından mesleklerine göre anlamlı bir farklılık gözlenmektedir.

Yapılan analiz sonucunda duyusal boyuttaki esnaf olan katılımcılarla akademisyen, memur, öğrenci, serbest meslek ve diğer meslekler arasındaki katılımcıların duyusal boyut açısından mesleklerine göre anlamlı bir farklılık gözlenmektedir.

H6: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

Gelir düzeyleri bakımından market kullanıcılarının, deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutlarına göre tutumlarının anlamlı farklılıklarını gösterip göstermediğini tespit etmek için, tek yönlü varyans (Anova) analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen özet sonuçlar aşağıdaki Tablo 19’da olduğu gibidir.

Tablo 17.
Katılımcıların Gelir Düzeylerine Göre Deneyim boyutlarına Tutumlarına İlişkin Tek-Yönlü Varyans (Anova) Analizi Özet Tablosu

Faktörler	Ortalamalar							F	P
	1600-2000	2001-2500	2501-3000	3001-3500	3501-4000	4001-4500	4501 ve Üzeri		
Duyusal Boyut	2,790	2,418	2,559	2,477	2,560	2,708	2,472	1,908	0,078
Duygusal Boyut	3,298	3,0388	2,9226	3,1556	3,0455	3,2083	3,2545	1,947	0,072
Eylemsel Boyut	2,8	2,8837	2,8274	2,9444	3,1212	2,8056	2,7758	1,403	0,212
Düşünsel Boyut	2,7882	2,9767	2,8631	2,8	2,8333	2,8194	2,8242	0,695	0,654

Yapılan Anova analizi sonucunda önem dereceleri sırasıyla $0,78 > 0,05$, $0,72 > 0,05$, $0,212 > 0,05$, $0,654 > 0,05$ bulunmuştur ve H6 hipotezi red edilmiştir yani Katılımcıların deneyim boyutları ile gelir seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H7: Deneyimsel pazarlama boyutlarının, satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Regresyon analizi metrik bir bağımlı değişken ile bir veya birden fazla sayıda metrik bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Tek bir bağımsız değişkenin kullanıldığı regresyon 'tek değişkenli regresyon analizi' olarak adlandırılır (Altunışık vd., 2012: 233). Çalışmanın amacı doğrultusunda çoklu regresyon analizinden yararlanılması uygun görülmüştür. Araştırma hipotezleri test sonuçları özet tablolar halinde değerlendirilmiş ve tablollaştırılmıştır.

Tablo 18.
Deneyim Boyutları ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkiye Ait Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş Katsayılar	T	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	,972	,144		6,743	,000
Deneyim Boyutları	,475	,047	,451	10,075	,000

Tablo 20’de yer alan veriler incelendiğinde, modele ait F değerinin 101,509 olduğu ve bu değere ait önem seviyesinin $p < 0,001$ olduğu, ayrıca bağımsız değişken olan “Deneyim Boyutları”nın da “Satın Alma Niyeti” üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu ($t=10,075$; $p < 0,0001$) görülmektedir. Böylece H7 hipotezi kabul edilmiştir. Bu nedenle elde edilen regresyon modelinin anlamlı olduğu ve tahminlerde kullanılabilmesi sonucuna ulaşılabilir. Yapılan analiz sonucunda deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutlarının, satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. ($R=0,451$). Belirlilik katsayısı olan R^2 ise 0,203 olarak bulunmuştur. Buna göre katılımcıların satın alma niyetine oluşturan tutumun %20’si Deneyim boyutlarından kaynaklanmaktadır.

H7’nin alt hipotezleri

H7a: Deneyimsel pazarlamanın duyuşsal boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H7b: Deneyimsel pazarlamanın duygusal boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H7c: Deneyimsel pazarlamanın düşünsel boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H7d: Deneyimsel pazarlamanın eylemsel boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Modelin test edilmesi için Çoklu Regresyon analizi kullanılmıştır. ‘Çoklu Regresyon’ analiz, bir bağımlı değişkenin ne kadarının bağımsız değişkenler seti tarafından açıklanabileceğini ve her bir bağımsız değişkenin göreceli katkısını belirlemede etkilidir (Uygun, 2011).

Tablo 19.
Deneyim Boyutları ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Model	R ²	R	F değeri	P değeri
Duyusal	,115	,339	51,734	,000
Duyusal	,118	,343	53,205	,000
Eylemsel	,176	,419	84,788	,000
Düşünsel	,235	,428	93,341	,000

**Deneyimsel
Pazarlamanın
Tüketici Satın
Alma Niyeti
Üzerine Etkisi**

218

Model	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar		
	B	Std. Hata	Beta	T	Sig.
(Sabit)	1,649	0,108		15,244	0,000
Duyusal Boyutları	0,28	0,039	0,339	7,193	0,000
(Sabit)	1,407	0,139		10,153	0,000
Duygusal Boyutları	0,308	0,042	0,343	7,294	0,000
(Sabit)	1,349	0,117		11,492	0,000
Eylemsel Boyutları	0,345	0,037	0,419	9,208	0,000
(Sabit)	1,773	0,132		13,434	0,000
Düşünsel Boyutları	0,42	0,32	0,53	10,831	0,000

Bağımlı Değişken: Satın Alma Niyeti.

Tablo 21 incelenmeye devam edildiğinde, duysal boyut ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($R=0,339$). Belirlilik katsayısı olan R^2 ise 0,115 olarak bulunmuştur. Buna göre katılımcıların satın alma niyetinde meydana gelen değişikliğin %11'i Deneyimsel pazarlamanın duysal boyutundan kaynaklanmaktadır. Modele ait F değerinin 51,734 olduğu ve bu değere ait önem seviyesinin $p<0,000$ olduğu, ayrıca bağımsız değişken olan "duysal boyutun", "satın alma niyeti" üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu ($t=15,244$; $p<0,000$) görülmektedir. Böylece H7a hipotezi kabul edilmiştir. Bu nedenle elde edilen regresyon modelinin anlamlı olduğu ve tahminlerde kullanılabileceği sonucuna ulaşılabilir.

Duygusal boyut açısından incelendiğinde, duygusal boyut ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($R=0,343$). Belirlilik katsayısı olan R^2 ise 0,118 olarak bulunmuştur. Buna göre katılımcıların satın alma niyetinde meydana gelen değişikliğin %11'i Deneyimsel pazarlamanın duygusal boyutundan kaynaklanmaktadır. Modele ait F değerinin 53,204 olduğu ve bu değere ait önem seviyesinin $p<0,000$ olduğu, ayrıca bağımsız değişken olan "duygusal boyutun" un da "satın alma niyeti" üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu ($t=10,153$; $p<0,000$) görülmektedir. Böylece H7b hipotezi kabul edilmiştir. Bu nedenle elde edilen regresyon modelinin anlamlı olduğu ve tahminlerde kullanılabileceği sonucuna ulaşılabilir.

Eylemsel boyut açısından incelendiğinde, eylemsel boyut ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($R=0,419$). Belirlilik katsayısı olan R^2 ise 0,176 olarak bulunmuştur. Buna göre katılımcıların satın alma niyetinde meydana gelen değişikliğin %17'si Deneyimsel pazarlamanın eylemsel boyutundan kaynaklanmaktadır. Modele ait F değerinin 84,788 olduğu ve bu değere ait önem seviyesinin $p<0,000$ olduğu, ayrıca bağımsız değişken olan "eylemsel boyutun" un da "satın alma niyeti" üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu ($t=15,244$; $p<0,000$) görülmektedir. Böylece H7c hipotezi kabul edilmiştir. Bu nedenle elde edilen regresyon modelinin anlamlı olduğu ve tahminlerde kullanılabilmesi sonucuna ulaşılabilir.

Düşünsel boyut açısından incelendiğinde, düşünsel boyut ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($R=0,428$). Belirlilik katsayısı olan R^2 ise 0,235 olarak bulunmuştur. Buna göre katılımcıların satın alma niyetinde meydana gelen değişikliğin %23'ü Deneyimsel pazarlamanın düşünsel boyutundan kaynaklanmaktadır. Modele ait F değerinin 93,341 olduğu ve bu değere ait önem seviyesinin $p<0,000$ olduğu, ayrıca bağımsız değişken olan "düşünsel boyutun" un da "satın alma niyeti" üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu ($t=10,831$; $p<0,000$) görülmektedir. Böylece H7d hipotezi kabul edilmiştir. Bu nedenle elde edilen regresyon modelinin anlamlı olduğu ve tahminlerde kullanılabilmesi sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 20.
Araştırma Modeline Ait Hipotez Sonuçları

Hipotezler	Sonuç
H1: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	RED
H2: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle yaşa göre farklılık göstermektedir.	RED
H3: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle medeni duruma göre farklılık göstermektedir.	RED
H4: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle öğrenim düzeyi göre farklılık göstermektedir.	KABUL
H5: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle meslek gruplarına göre farklılık göstermektedir.	KABUL
H6: Deneyimsel pazarlamanın deneyim boyutları itibariyle gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	RED
H7: Deneyimsel pazarlama boyutlarının, satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL
H7a: Deneyimsel pazarlamanın duyuşsal boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL

Tablo 20. Devamı

Hipotezler	Sonuç
H7b: Deneyimsel pazarlamanın duygusal boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL
H7c: Deneyimsel pazarlamanın düşünsel boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL
H7d: Deneyimsel pazarlamanın eylemsel boyutunun tüketici satın alma niyeti üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL

V. Sonuç

Günümüzde meydana gelen teknolojik gelişmelerle birlikte tüketicilerin yaşam stilleri de değişmektedir. Bu değişim sonucunda kişilerin istek, arzu ve ihtiyaçları da değişime uğramakta ve kişilerin ürün veya hizmetleri satın alma sağlayan sebepler değişmektedir. Bunun doğal sonucu olarak kişilerin satın almasını etkileyen nedenler bulunmalı ve tüketici davranışları pazarlama yöneticileri tarafından dikkatle incelenmelidir. Günümüz tüketicilerinin alışveriş alışkanlıklarında meydana gelen bu değişimin yanında piyasadaki rekabetin çok gelişmesi, ürün çeşitlerinde meydana gelen artış ve ikame ürünler sebebiyle tüketiciler hangi ürün ve hizmetlerin kendi istek, ihtiyaç ve arzularını karşılayacaklarına karar verememektedir. Bunun doğal sonucu olarak tüketiciler ihtiyaç duyup satın almak istedikleri ürün ve hizmetleri deneyerek bilgi sahibi olmak, ürünün onların istek ve ihtiyaçlarını ne kadar karşıladığını görmek isterler.

Tüketicilerin bir ürün veya hizmeti satın alma niyetleri her zaman satın alma davranışıyla son bulmamaktadır. İhtiyaç ve isteklerini karşılamak için markete giden bir tüketici ihtiyaç ve isteklerini karşılamadan marketten çıkabilir veya satın alma gerçekleştirebilir. Bunu sağlayan temel sebepler arasında ürünlerin tüketicilere nasıl sunulduğu, mağaza tasarımının kişilere nasıl bir deneyim yaşatacağıyla doğrudan ilintilidir. Satın alma davranışı öncesi deneyim elde etmek isteyen tüketicilerle birlikte, işletmeler ve pazarlama yöneticileri kişilere sunulan deneyimin ürün ve hizmet sektörü için önemini fark etmişlerdir.

Rekabette meydana gelen artış sonucunda işletmeler için deneyimsel pazarlama önemi her geçen gün artmaktadır. Deneyimsel pazarlama uygulamalarının temelinde duygusal, duygusal, eylemsel ve

düşünsel deneyim boyutları vardır. Deneyim boyutları sadece ürün ve hizmetler hakkında tüketicinin bilgilenmesini sağlamaz, bunun yanında tüketici sadakati ve rekabet avantajı kazandırmaktadır. Her sektör için önemli hale gelmeye başlayan deneyim pazarlama boyutları karlılık ve rekabet avantajlarını kaybetmek işletmeler tarafından dikkate alınmalı ve deneyimsel boyutlar işletmelere uygulanmalıdır. Günümüzde satın almak istedikleri ürün ve hizmetler hakkında deneyim sahibi olmak isteyen tüketicilerin artması dolayısıyla geleneksel pazarlama anlayışı işe yaramamaktadır. Tüketici davranışları ve deneyimsel pazarlamanın sağladığı avantajlar hayatta kalmak isteyen işletmeler için gittikçe daha önemli bir hale gelmektedir.

Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırma Önerileri

Gelecek çalışmalar deneyimsel pazarlamanın ve satın alma niyetine etkisini zincir grupla da indirim marketler çerçevesinde daraltılarak yapılabilir veya karşılaştırılabilir. Aynı çalışma farklı şehir ve örneklemeler üzerinde uygulanarak şehirlerarası tüketicilerin farkları iki farklı çalışmayla karşılaştırılabilir.

Çalışmada oluşturulan modele yeni değişkenler eklenerek araştırma geliştirilebilir. Yapısal eşitlik modeli uygulanarak daha ayrıntılı sonuçlara ulaşılabilir. Tüketicilerin deneyimleri lüks ürün veya temel ürün kategorilerinde sınırlandırılarak tüketici boyutlarının ürün veya hizmetlerin kalitesine göre etkisinin artıp artmadığı analiz edilebilir. Değişken olarak tüketicinin tekrar satın alma etkisi araştırılarak 2 çalışmanın sonuçları karşılaştırılabilir.

Çalışmada zaman kısıtlarından dolayı, Kişilerin en sık tercih ettikleri ürün grupları ve en sık tercih ettikleri marka sorulmuştur ama çalışmada kişilerin diğer özelliklerine göre karşılaştırılmamıştır. Yeni bir çalışmayla karşılaştırılarak, kişilerin tercihleri ayrıntılı incelenebilir.

Çalışmanın evren ve örnekleme farklı sosyo-demografik özelliklere sahip tüketicilere uygulanabilir. Deneyimsel pazarlamanın boyutlarının web tabanlı teknolojiler üzerindeki deneyimlerinin satın alma niyetine etkisi araştırılıp, çalışmalar arasında karşılaştırma yapılabilir.

Çalışmada deneyim boyutlarından İlişkisel boyut kullanılmamıştır. Gelecek çalışmalarda kullanılarak çalışma derinleştirilebilir. Bunun yanında satın alma niyetini etkileyen faktörlerden kişilik vb. konular kullanılarak araştırma derinleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu, E. Yıldırım (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altunışık, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu, E. Yıldırım (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Yayıncılık, 6 Baskı, Sakarya.
- Bostancı, T. (2007). Deneyimsel Pazarlama ve Deneyim Yönetiminin Pazarlama Uygulamalarındaki Yeri ve Duygusal Markalama, *Yayımlanmamış Tezsiz Yüksek Lisans Projesi*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Pazarlama Programı.
- Boswijk A. T., J.P. Thomas, E. Peelen. (2005). *A New Perspective on the Experience Economy: Meaningful Experiences*, Pearson Education, Amsterdam.
- Brakus, J.J., B.H Schmitt, L. Zarantonello, (2009). Brand Experience: What is it? How is it Measured? Does it Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, C:73, s.52-68.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), s. 297-334.
- Çiçek B. (2015). Deneyimsel Pazarlama Ve Satın Alma Karar Sürecine Etkisi: Termal Turizm Sektöründe Bir Uygulama, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Yozgat: Bozok Üniversitesi SBE.
- Doğan, H (2006). Müşteri Odaklı Web Sitelerinin Tasarlanması ve Bu Sitelerin Değerlendirilmesine İlişkin bir Uygulama. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Adana: Çukurova Üniversitesi SBE.
- Edvardasın, B., B. Enquist, R. Johnston. (2005). Cocreating Customer Value Through Hyperreality in the Prepurchase Service Experience, *Journal of Service Research*, 8, 149.
- Ekici, N. (2012). Deneyimsel Pazarlama Ve Seyahat Deneyimi: Türk Hava Yolları Örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi SBE
- Gilmore, J., J.B. Pine. (2002). Customer Experiences Places: The New Offering Frontier.
- İslamoğlu, A. H. (2003). *Tüketici Davranışları*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- İslamoğlu, A. H., Ü. Alınçık (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, 4. Basım. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Karafakioğlu, M. (2008). *Uluslararası Pazarlama Yönetimi Teori, Uygulama ve Örnek Olaylar*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Kayasu, T. (2017). Tüketici Davranışları Ve Kahve Akımları Üzerine Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi SBE.
- Kezer, P. (2012). Postmodern Tüketicinin Değişen Satın Alma Davranışı: İçgüdüsel Alışveriş, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir: Ege Üniversitesi SBE.

- Kotler P., J.Bowen, J. Makens (1998). *Marketing For Hospitality And Tourism*, Second Edition, Prentice Hall.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Pine II, B. J., J.H. Gilmore, (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre And Every Business Is A Stage*, Boston Mass: HBS Pres.
- Pine, J. B., J.H. Gilmore. (July-August 1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*,25-35.
- Sağlam, M. (2014). Müşteri Temelli Marka Denkliği Unsurlarının Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: GSM Sektöründe Bir Uygulama, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi SBE.
- Saltık, I.A. (2011). "Turizm Sektöründe Deneyimsel Pazarlama Ve Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi". *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Muğla: Muğla Üniversitesi SBE.
- Saygılı, M. (2014). Faydacı Ve Hazcı Alışveriş Motivasyonlarının Online Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya: Sakarya Üniversitesi SBE.
- Schmitt, B. H. (1999b). *Experiential Marketing, How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*, The Free Press, New York.
- Schmitt, B. H. (2004), *Deneyim Devrimi Capital*, Garanti Bonus Akademi, İstanbul.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing, *Journal of Marketing Management*, 15,53-67.
- Solomon, R. M. (2004). *Tüketici Krallığının Fethi*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Solomon, M. (2007). *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*, Pearson Prentice Hall, NJ, USA.
- Strategy and Leadership*, Vol.30, Issue 1, 4-11
- Temiztürk, B. (2006). Satış Yeri İletişim Uygulamalarının Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ege: Ege Üniversitesi SBE.
- Wilson, D. F. (1998). Why Divide Consumer and Organizational Buyer Behavior? *European Journal of Marketing*, Sayı: 34, Cilt:7,780-796.

**EFFECT OF EXPERIMENTAL MARKETING ON
CONSUMER PURCHASE INTENTION: SAKARYA
PROVINCE CASE****EXTENDED ABSTRACT**

Aim: In this study, it is aimed to explain the effects of experiential marketing on the consumer and the effects on consumer purchasing intent. In line with this purpose, it is aimed to investigate the effect of demographic factors on experiential dimensions and to determine the extent to which experiential marketing affects the consumer's intent to purchase.

Method: In this research, a survey was applied to 400 people who shop in the city of Sakarya. While evaluating the survey results, Factor Analysis, T Test, Regression analysis and One-way ANOVA test were applied. The effect of demographic factors on experiential marketing and whether the dimensions of experiential marketing affect purchasing intent were examined. The data were analyzed using SPSS statistical software.

Findings: As a result of the regression analysis, it was supported that the dimensions of experiential marketing had an effect on consumer purchase intent.

In order to test the factor structure of the scales, exploratory factor analysis was performed using the principal components method and varimax rotation. T test for H1 and H3 hypothesis, Anova test for H2, H4, H5 and H6 were analyzed using simple regression and multiple regression for H7 and sub-hypotheses. Frequency distributions for variables such as demographic information, the most frequently shopping market, the most frequently consumed product group, the most preferred brand in product groups, market preference and shopping frequency were determined.

It has been found that experiential marketing does not differ in terms of experience dimensions by gender, age and marital status. In terms of experience dimensions of experiential marketing, it differs according to education level and professional group. It has been found that experiential marketing does not differ in terms of experience in terms of income levels. Experiential marketing dimensions (sensory, emotional, intellectual and operational) have been found to have a statistically significant effect on purchase intent.

Results: Experiential marketing dimensions positively affect the consumer purchase intent.

When the data are examined, the F value of the model is 101.509 and the significance level of this value is $p < 0.001$, and the effect of the independent variable "Experience Dimensions" on the "Intention to Purchase" is significant ($t = 10.075$; $p < 0.0001$). Therefore, it can be concluded that the regression model obtained is meaningful and can be used in estimates. As a result of the analysis, it is seen that the experience dimensions of experiential marketing has a significant effect on the purchase intent. ($R = 0.451$). The R^2 with the coefficient of determination was found to be 0.203. Accordingly, 20% of the attitude that constitutes the intention of the participants to purchase is due to the Experience dimensions.

Multiple regression model was used to test the sub-hypotheses. It is seen that there is a significant relationship between sensory dimension and purchase intent ($R = 0.339$). R^2 , which is the coefficient of determination, was found to be 0.115. According to this, 11% of the change in participants' intention to purchase arises from the sensory dimension of Experiential marketing. It is seen that the F value of the model is 51,734 and the significance level of this value is $p < 0,000$, and the effect of the independent variable "sensory dimension" on the "purchase intent" is significant ($t = 15,244$; $p < 0,000$). Therefore, it can be concluded that the regression model obtained is meaningful and can be used in estimates.

When examined in terms of emotional dimension, it is seen that there is a significant relationship between emotional dimension and purchase intent ($R = 0,343$). The R^2 with the coefficient of determination was found to be 0.118. Accordingly, 11% of the change in participants' intention to purchase arises from the emotional dimension of Experiential marketing. It is observed that the F value of the model is 53,204 and the significance level of this value is $p < 0,000$, and the effect of the independent variable "emotional dimension" on the "purchase intent" is significant ($t = 10,153$; $p < 0,000$). Therefore, it can be concluded that the regression model obtained is meaningful and can be used in estimates.

When analyzed in terms of the operational dimension, it is seen that there is a significant relationship between the operational dimension and the purchase intent ($R = 0.419$). The R^2 with the coefficient of determination was found to be 0.167. Accordingly, 17% of the change in participants' intention to purchase arises from the operational dimension of Experiential marketing. It is seen that the F value of the model is 84,788 and the significance level of this value is $p < 0,000$, and the effect of the independent

**Deneyimsel
Pazarlamanın
Tüketici Satın
Alma Niyeti
Üzerine Etkisi****226**

variable "operational dimension" on the "purchase intent" is significant ($t = 15,244$; $p < 0,000$). Therefore, we conclude that the regression model obtained is meaningful and can be used in estimates.

When examined in terms of intellectual dimension, it is seen that there is a significant relationship between intellectual dimension and purchase intent ($R = 0.428$). The R^2 with the coefficient of determination was found to be 0.235. Accordingly, 23% of the change in participants' intention to purchase arises from the intellectual dimension of Experiential marketing. It is seen that the F value of the model is 93,341 and the significance level of this value is $p < 0,000$, and the effect of the independent variable "intellectual dimension" on the "purchase intent" is significant ($t = 10,831$; $p < 0,000$). Therefore, it can be concluded that the regression model obtained is meaningful and can be used in estimates.

Keywords: Experiential Marketing, Consumer behavior, Purchasing consumer intention, Customer experience and Marketing experience