

# **EKONOMİ VE YÖNETİM BİLİMLERİNDE GÜNCEL AKADEMİK ARAŞTIRMALAR II**

**Editörler**

Harun BAL - Serkan Yılmaz KANDIR - İlksun Didem ÜLBEGİ



© Copyright 2023

*Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.*

|                                                                                                                                                                                          |                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>ISBN</b>                                                                                                                                                                              | <b>Sayfa ve Kapak Tasarımı</b>   |
| 978-625-399-122-7                                                                                                                                                                        | Akademisyen Dizgi Ünitesi        |
| <b>Kitap Adı</b>                                                                                                                                                                         | <b>Yayıncı Sertifika No</b>      |
| Ekonomi ve Yönetim Bilimlerinde Güncel Akademik Araştırmalar II                                                                                                                          | 47518                            |
| <b>Editör</b>                                                                                                                                                                            | <b>Baskı ve Cilt</b>             |
| Prof. Dr. Harun BAL<br>ORCID iD: 0000-0003-0878-8253<br>Prof. Dr. Serkan Yılmaz KANDIR<br>ORCID iD: 0000-0002-7686-1099<br>Doç. Dr. İlksun Didem ÜLBEĞİ<br>ORCID iD: 0000-0001-6905-2720 | Vadi Matbaacılık                 |
|                                                                                                                                                                                          | <b>Bisac Code</b><br>BUS069000   |
|                                                                                                                                                                                          | <b>DOI</b><br>10.37609/akya.2559 |
| <b>Yayın Koordinatörü</b>                                                                                                                                                                |                                  |
| Yasin DİLMEN                                                                                                                                                                             |                                  |

#### **Kütüphane Kimlik Kartı**

Ekonomi ve Yönetim Bilimlerinde Güncel Akademik Araştırmalar II / editörler : Harun Bal,  
Serkan Yılmaz Kandır, İlksun Didem Ülbeği.  
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2023.  
302 sayfa. : grafik, tablo, şekil. ; 160x240 mm.  
Kaynakça var.  
ISBN 9786253991227  
1. İşletme--Ekonomi.

**GENEL DAĞITIM**  
**Akademisyen Kitabevi A.Ş.**

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara  
Tel: 0312 431 16 33  
siparis@akademisyen.com

[www.akademisyen.com](http://www.akademisyen.com)

## ÖNSÖZ

Akademisyen Yayınevi yöneticileri, yaklaşık 30 yıllık yayın tecrübesini, kendi tüzel kişiliklerine aktararak uzun zamandan beri, ticarî faaliyetlerini sürdürmektedir. Anılan süre içinde, başta sağlık ve sosyal bilimler, kültürel ve sanatsal konular dahil 2700'ü aşkın kitabı yayımlamanın gururu içindedir. Uluslararası yayınevi olmanın alt yapısını tamamlayan Akademisyen, Türkçe ve yabancı dillerde yayın yapmanın yanında, küresel bir marka yaratmanın peşindedir.

Bilimsel ve düşünsel çalışmaların kalıcı belgeleri sayılan kitaplar, bilgi kayıt ortamı olarak yüzlerce yılın tanıklarındır. Matbaanın icadıyla varoluşunu sağlam temellere oturtan kitabın geleceği, her ne kadar yeni buluşların yörüngesine taşınmış olsa da, daha uzun süre hayatımızda yer edineceği muhakkaktır.

Akademisyen Yayınevi, kendi adını taşıyan “**Bilimsel Araştırmalar Kitabı**” serisiyle Türkçe ve İngilizce olarak, uluslararası nitelik ve nicelikte, kitap yayımlama sürecini başlatmış bulunmaktadır. Her yıl Mart ve Eylül aylarında gerçekleşecek olan yayımlama süreci, tematik alt başlıklarla devam edecektir. Bu süreci destekleyen tüm hocalarımıza ve arka planında yer alan herkese teşekkür borçluyuz.

**Akademisyen Yayınevi A.Ş.**

# İÇİNDEKİLER

|         |                                                                                                                  |     |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bölüm 1 | İşgücü Verimliliği ve Kovid-19 Pandemisi .....                                                                   | 1   |
|         | <i>Hasan Engin DURAN</i>                                                                                         |     |
| Bölüm 2 | Kovid-19 Pandemi Süreci Altında Brent Ham Petrol<br>Fiyatlarının Öngörülmesi: Koşullu Lstm Modeli.....           | 11  |
|         | <i>Aygül ANAVATAN</i>                                                                                            |     |
| Bölüm 3 | Türkiye'nin Dış Ticaret Politikasında I. İzmir İktisat<br>Kongresi'nin Önemi .....                               | 25  |
|         | <i>Gülçin Elif YÜCEL</i>                                                                                         |     |
| Bölüm 4 | 4857 Sayılı İş Kanunu Bakımından İşçinin<br>Yıllık Ücretli İzin ve Günlük Ara Dinlenme Hakkı .....               | 43  |
|         | <i>Seçil GÜRÜN KARATEPE</i>                                                                                      |     |
| Bölüm 5 | Avrupa Birliği Üyesi Ülke İşletmelerinde<br>Dijital Teknolojilerin Kullanımı .....                               | 59  |
|         | <i>Aysel ARSLAN</i>                                                                                              |     |
| Bölüm 6 | Bist Teknoloji Endeksinde Yer Alan Şirketlerin<br>Finansal Durumlarının Altman Modeliyle İncelenmesi .....       | 73  |
|         | <i>Alper OVA</i>                                                                                                 |     |
| Bölüm 7 | Değişim Yönetimi Süreçlerinde Mavi Yakalı Çalışanların<br>Değişime Karşı Direnç Eğilimlerinin Belirlenmesi ..... | 91  |
|         | <i>Zekeriya ŞAHİN</i>                                                                                            |     |
| Bölüm 8 | İşletmelerin Uluslararasılaşmasına Yönelik Modellerin<br>Ağ Yaklaşımı Bakış Açısıyla İncelenmesi.....            | 113 |
|         | <i>Şayan BERBER</i><br><i>Esin CAN</i>                                                                           |     |
| Bölüm 9 | Mobil Bankacılık Kullanımını Etkileyen Faktörlerin<br>BWM ve Fucom Yöntemiyle Analizi .....                      | 131 |
|         | <i>Arif ÇİLEK</i><br><i>Onur ŞEYRANLIOĞLU</i>                                                                    |     |

|          |                                                                                                                                               |     |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bölüm 10 | Süreç Endüstrilerinde Parti Büyüklüğü Belirleme ve Çizelgeleme Probleminin İncelenmesi .....                                                  | 157 |
|          | <i>Fatma DEMİRCAN KESKİN</i>                                                                                                                  |     |
|          | <i>Haluk SOYUER</i>                                                                                                                           |     |
| Bölüm 11 | Şehir Pazarlaması Kapsamında Uluslararası Fuar ve Sergilerin İzmir Turizmine Olası Katkılarının Değerlendirilmesi: Dünya Sergisi Örneği ..... | 187 |
|          | <i>Muhammed Alicem DEMOĞLU</i>                                                                                                                |     |
|          | <i>Hakan ATAY</i>                                                                                                                             |     |
| Bölüm 12 | Türkiye’de Tüketicilerin Mobil Reklamcılığı Kabul Etme Seviyesini Etkileyen Faktörler: Kavramsal Bir Model .....                              | 211 |
|          | <i>Görkem ERDOĞAN</i>                                                                                                                         |     |
| Bölüm 13 | Ulusal Pazarlama Literatüründe Kuşak Farklılıklarının İncelenmesine Yönelik Araştırma .....                                                   | 229 |
|          | <i>Emine ŞENBABAOĞLU DANACI</i>                                                                                                               |     |
| Bölüm 14 | Yöneticilerin Dijital Dönüşüme İlişkin Farkındalık ve Uygulamalarını Belirlemeye Yönelik Kamu Sektöründe Bir Uygulama .....                   | 247 |
|          | <i>Ramazan Vedat SÖNMEZ</i>                                                                                                                   |     |
| Bölüm 15 | Yönetişim, Sosyal Sorumluluk ve Yeşil Strateji İlişkisininSürdürülebilir Çevreye Etkisi Üzerine Kavramsal Bir Bakış .....                     | 279 |
|          | <i>Güven KARAMAN</i>                                                                                                                          |     |

## YAZARLAR

**Dr. Öğr. Üyesi Aygöl ANAVATAN**  
Pamukkale Üniversitesi Ekonometri  
Bölümü  
ORCID iD: 0000-0003-0130-9555

**Dr. Öğr. Üyesi Aysel ARSLAN**  
Sağlık Hizmetleri MYO, Tıbbi Hizmetler  
ve Teknikler Bölümü  
ORCID iD: 0000-0002-4973-7957

**Doç. Dr. Hakan ATAY**  
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği  
Bölümü  
ORCID iD: 0000-0003-4080-8250

**Dr. Şayan BERBER**  
ORCID iD: 0000-0002-7897-7335

**Prof. Dr. Esin CAN**  
Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve  
İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü  
ORCID iD: 0000-0003-1754-4867

**Dr. Öğr. Üyesi Arif ÇİLEK**  
Giresun Üniversitesi Bulancak UBYO,  
Uluslararası Ticaret ve Finansman  
Bölümü  
ORCID iD: 0000-0002-9277-3953

**Arş. Gör. Dr. Emine ŞENBABAOĞLU  
DANACI**  
Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi,  
İşletme Bölümü  
ORCID iD: 0000-0002-8402-5904

**Muhammed Alicem DEMOĞLU**  
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
ORCID iD: 0000-0003-4895-2740

**Prof. Dr. Hasan Engin DURAN**  
İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü,  
Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge  
Planlama Bölümü  
ORCID iD: 0000-0002-0743-9943

**Dr. Öğr. Üyesi Görkem ERDOĞAN**  
Ankara Bilim Üniversitesi, İnsan ve  
Toplum Bilimleri Fakültesi, İşletme  
Bölümü  
ORCID iD: 0000-0002-2417-2718

**Dr. Güven KARAMAN**  
Ordu Üniversitesi Teknik Bilimler  
Meslek Yüksekokulu  
ORCID iD: 0000-0002-1019-0368

**Dr. Öğr. Üyesi Seçil GÜRÜN**

**KARATEPE**

İstanbul Arel Üniversitesi İİBF İşletme  
Bölümü

ORCID iD: 0000-0001-5355-6131

**Dr. Öğr. Üyesi Zekeriya ŞAHİN**

Milli Savunma Üniversitesi, Kara Harp  
Okulu, İşletme ve Yönetim Bilimleri  
Bölümü

ORCID iD: 0000-0002-2811-3264

**Dr. Öğr. Üyesi Fatma DEMİRCAN**

**KESKİN**

Ege Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü

ORCID iD: 0000-0002-7000-4731

**Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEYRANLIOĞLU**

Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari  
Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,  
Sayısal Yöntemler AD.

ORCID iD: 0000-0002-1105-4034

**Dr. Öğr. Üyesi Alper OVA**

İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve  
İdari Bilimler Fakültesi, Muhasebe ve  
Finansman Yönetimi Bölüm

ORCID iD: 0000-0002-1784-1506

**Dr. Öğr. Üyesi Ramazan Vedat**

**SÖNMEZ**

Şırnak Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

ORCID iD: 0000-0001-8746-4657

**Prof. Dr. Haluk SOYUER**

Ege Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

ORCID iD: 0000-0003-3038-0828

**Dr. Öğr. Üyesi Gülçin Elif YÜCEL**

Beykent Üniversitesi Uluslararası Ticaret  
ve Finansman Bölümü

ORCID iD: 0000-0002-5830-7588

# BÖLÜM 1

## İŞGÜCÜ VERİMLİLİĞİ VE KOVİD-19 PANDEMİSİ

Hasan Engin DURAN<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Kovid-19 Pandemisi 2019 yılının son çeyreğinde Çin'in Vuhan kentinde baş göstermiş ve diğer ülke ve kıtalara ivedilikle yayılmıştır. Solunum yolu ile çok hızlı bir şekilde bulaşan bu hastalık, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin başta sağlık, sosyal, ekonomik, kültürel, çevresel ve diğer birçok alanlarında etkisini yoğun bir şekilde göstermiştir. Birçok ülke bu süreçte karantina, aşılama, sokağa çıkma yasağı gibi sıkı tedbirler uygulamıştır. 5 Kasım 2022 itibarı ile Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) verileri, Dünya toplamında 629 Milyon civarında geçmiş ve aktif vaka olduğunu ve yaklaşık 6.2 Milyon kişinin şu ana kadar kovid-19 sebebi ile vefat ettiğini göstermektedir (DSÖ, 2022).

Tüm bu süreçler ülke ekonomilerinde ciddi değişimler yaratmaktadır. Ülkeler genellikle pandeminin ilk aylarında iç talebin azalması özellikle hizmet sektörü ve turizmde yaşanan küçülme ile birlikte ciddi ekonomik küçülmeler yaşamış, daha sonraki süreçte ise ölüm oranlarının düşmesi ile birlikte sosyal yaşam normalleşme eğilimine girmiş ve baz etkisi ile ciddi büyüme oranları gözlenmiştir (OECD (2022a), Dünya Bankası (2022)).

İşgücü verimliliği de bu bağlamda araştırılması gereken önemli bir konudur. İşgücü verimliliği birim işgücünün veya çalışılan saatin yaratabildiği ürün değeri olarak tanımlanabilmektedir. (Solow 1956; Gomez-Salvador ve ark. 2006; Marattin ve Salotti 2011; Erdil, Cilasun ve Eruygur 2013; Najarzadeh, Rahimzadeh & Reed 2014; Ünsal 2017; Akarsu, Kurt & Alacahan, 2020; OECD (2022b)). Diğer bir deyişle, işgücünün var olan kaynakları (sermaye, arazi, vb.) daha etkin ve üretken kullanabilmesidir. (Solow 1956; Gomez-Salvador ve ark. 2006; Marattin ve Salotti 2011; Erdil, Cilasun ve Eruygur 2013; Najarzadeh, Rahimzadeh & Reed 2014; Ünsal 2017; Akarsu, Kurt & Alacahan, 2020; OECD (2022b)).

---

<sup>1</sup> Prof.Dr., İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, enginduran@iyte.edu.tr

demo koşullarında bir çok kurum ve kuruluş uzaktan çalışma koşullarını çevrim içi sistemlerle mümkün hale getirmiş, bürokratik ve işlem kolaylığının yanı sıra, özellikle teknoloji yoğun ürünlerin yer aldığı ve diğer sektörlerde mekan, kira ve arazi bakımından maliyet azalması olduğu düşünülmektedir. (Çalapkulu, Yemen & Doğan, 2021; Meşhur, 2007; 2010). Tüm bu gelişmelerin, iş akışlarının hızlanmasına ve birim iş gücünün daha etkin ve hızlı çalışmasına yol açabileceği söylenebilmektedir. (Çalapkulu, Yemen & Doğan, 2021; Meşhur, 2007; 2010).

Elde edilen önemli bir çıkarım ise bu sürecin tüm dünya için artarak devam edeceği öngörüsü ile birlikte olumlu gelişmelerin yanısıra dijitalleşmenin bir “istihdam” sorununa dönüşebilme ihtimalidir. (Krutova et al. 2021). Öyle ki, dijitalleşme, yapay zeka ve otonom sistemler gibi unsurlar ciddi anlamda iktisadi faaliyetleri hızlandırıp, verimlilik artışına yol açsa da, bazı sektörler ve bireyler (geleneksel sektörler, dezaavantajlı bireyler) bu dönüşümü aynı oranda yaşayamayabileceğinden işsizlik oranlarında artışlar ve refah kayıpları gözlenebilir. İlgili istihdam politikaların bu bağlamda planlanması ve hayata geçirilmesi önemlidir.

## KAYNAKLAR

- Akarsu, Y., Kurt S. & Alacahan, N.D. (2020) OECD ülkelerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin işgücü verimliliği üzerine etkisi. *Journal of Life Economics* 7(4), 309-322 <https://doi.org/10.15637/jlecon.7.023>
- Çalapkulu, Ç., Yemen, S. & Doğan, E. (2021). COVID-19 krizi, telework ve dijitalleşme: Çağrı merkezi çalışan deneyimleri. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 2402-2422 <https://doi.org/10.33206/mjs.886560>
- Dickey A.D. & Fuller W.A. (1979) Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366), 427-431. <https://doi.org/10.2307/2286348>
- DSÖ (2022) <https://covid19.who.int/> (05.11.2022 tarihinde erişilmiştir.)
- Dünya Bankası (2022) <https://data.worldbank.org/> (05.11.2022 tarihinde erişilmiştir.)
- Erdil, E. Cilasun, S. & Eruygur, A. (2013) Do R&D Expenditures Matter for Labor Productivity in OECD Countries? An Unresolved Question. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 31(1), 71-82 <https://doi.org/10.17065/huniibf.103656>
- Gomez-Salvador, R., Musso A., Stocker M. ve Turunen, J. (2006) Labour Productivity Developments in the Euro Area. *Occasional Paper Series No.53* <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpops/ecbocp53.pdf>
- Hodrick, R.J. & Prescott, E.C. (1997) Postwar U.S. Business Cycles: An Empirical Investigation. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 29(1), 1-16. <https://doi.org/10.2307/2953682>.
- He, X., Balistreri, E.J., Kim, G.H. ve Wedong Z (2022) A general equilibrium assessment of COVID-19's labor productivity impacts on china's regional economies. *Journal of Productivity Analysis*, 58(2), 129-150. <https://doi.org/10.1007/s11223-022-00642-3>
- IMF (2021) Boosting Productivity In The Aftermath Of Covid-19 <https://www.imf.org/external/np/g20/pdf/2021/061021.pdf>
- Krutova, O., Koistinen, P., Turja, T., Melin, H. ve Sarkikoski, T. (2021) Two sides, but not of the same coin: digitalization, productivity and unemployment, *International Journal of Productivity and Performance Management*, çevrimiçi yayın: <https://doi.org/10.1108/IJPPM-05-2020-0233>

- Lopez-Garcia, P. ve Szörfi, B. (2021) The impact of the COVID-19 pandemic on labour productivity growth, *ECB Economic Bulletin*, Issue 7. [https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/focus/2021/html/ecb.ebbox202107\\_04~c9050e1d70.en.html](https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/focus/2021/html/ecb.ebbox202107_04~c9050e1d70.en.html)
- MacKinnon, J.G. (1991) *Critical Values for Cointegration Tests*. In: Engle, R. F.–Granger, C. W. J. (ed.) *Long-Run Economic Relationships: Readings in Co-integration* Chapter 13 Oxford University Press, Oxford.
- MacKinnon, J.G. (1994) Approximate asymptotic distribution functions for unitroot and cointegration tests. *Journal of Business and Economic Statistics*, 12(2), 167–176. <https://doi.org/10.1080/07350015.1994.10510005>
- MacKinnon, J.G. (1996) Numerical distribution functions for unit Numerical distribution functions for unit root and cointegration. Tests. *Journal of Applied Econometrics*, 11(6), 601–618. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1255\(199611\)11:6<601::AID-JAE417>3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1255(199611)11:6<601::AID-JAE417>3.0.CO;2-T)
- Marattin, L. & Salotti, S. (2011) Productivity and per capita GDP growth: The role of the forgotten factors. *Economic Modelling*, 28(3), 1219–1225. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2011.01.004>
- Meşhur, H.F.A. (2010) Organizasyonların tele çalışmaya ilişkin tutumlarına yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 1-24.
- Meşhur, H.F.A. (2007) Geleceğin çalışma biçimi tele çalışmaya ilişkin yaklaşımlar. *Akademik Bilişim'07- IX. Akademik Bilişim Konferansında sunulan bildiri, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya*
- Najarzadeh R., Rahimzadeh, F. & Reed M. (2014) Does the Internet increase labor productivity? Evidence from a cross-country dynamic panel. *Journal of Policy Modeling*, 36(6), 986-993. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2014.10.003>
- OECD (2022a) <https://stats.oecd.org/> (01.11.2022 tarihinde erişilmiştir.)
- OECD (2022b) [https://www.oecd-ilibrary.org/economics/labour-productivity-and-utilisation/indicator/english\\_02c02f63-en?parentId=http%3A%2F%2Finstance.metastore.ingenta.com%2F-content%2Fthematicgrouping%2F0bb009ec-en](https://www.oecd-ilibrary.org/economics/labour-productivity-and-utilisation/indicator/english_02c02f63-en?parentId=http%3A%2F%2Finstance.metastore.ingenta.com%2F-content%2Fthematicgrouping%2F0bb009ec-en)
- Quezon, E.T. ve Ibanez, A.G. (2021) Effect of Covid-19 Pandemic in Construction Labor Productivity: A Quantitative and Qualitative Data Analysis. *American Journal of Civil Engineering and Architecture*, 9(1), 23-33. doi: 10.12691/ajcea-9-1-4.
- Said, S.E & Dickey A.D. (1984) Testing for Unit Roots in Autoregressive Moving-Average Models with Unknown Order *Biometrika* 71(3), 599–607. <https://doi.org/10.1093/biomet/71.3.599>
- Schwarz, G.E. (1978) Estimating the dimension of a model. *Annals of Statistics*, 6(2): 461–464. doi:10.1214/aos/1176344136
- Solow, R.M. (1956) A Contribution to the Theory of Economic Growth, *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94. <https://doi.org/10.2307/1884513>
- Solow R.M. & Stiglitz, J.E. (1968) Output, Employment, and Wages in the Short Run. *The Quarterly Journal of Economics*, 82(4), 537-560. <https://doi.org/10.2307/1879599>
- Ünsal, M.E. (2017) Eğitim, Sağlık ve Ar-Ge Harcamalarının İşgücü Verimliliği Üzerindeki Etkileri: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Panel Regresyon Analizi. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 17-28. <https://doi.org/10.30711/utead.306111>

## BÖLÜM 2

# KOVID-19 PANDEMİ SÜRECİ ALTINDA BRENT HAM PETROL FİYATLARININ ÖNGÖRÜLMESİ: KOŞULLU LSTM MODELİ

Aygül ANAVATAN<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Birincil yakıtlar, yani ham petrol, doğal gaz ve elektrik kömürü, birincil enerjiye yönelik toplam küresel talebe hakimdir. Bunların arasında ham petrol, uygulamaların evrenselliği ve taşımada ikame maddelerinin pratikte bulunmaması nedeniyle özellikle önemli bir rol oynamaktadır. Brent tipi ham petrol, dünya piyasasında en önemli ham petrol fiyatlama kaynaklarından biri olarak kabul edilmekte ve dünyada işlem gören ham petrol arzının üçte ikisinin fiyatını belirlemek için kullanılmaktadır.

Yenilenemez güç kaynaklarından biri olan ham petrol, çağdaş endüstrinin can damarıdır. Sanayi, ulaşım, otomobil, kozmetik, enerji, kimya, ilaç gibi birçok sektörde kullanılan ham petrol, dünya ekonomisinde çok önemli yere sahiptir ve bu nedenle “siyah altın” olarak kabul edilmektedir.

Tarihsel olarak, enerji kaynakları toplumsal refah ve ekonomik büyüme için stratejik öneme sahiptir. Bu nedenle, ham petrol fiyat dalgalanmalarını tahmin etmek önemli bir konudur. Ham petrol fiyat değişimleri, piyasalardaki birçok risk faktöründen etkilendiği için bu fiyat, geçmişe oranla daha karmaşık doğrusal olmayan davranış göstermekte ve yatırımcılar için daha fazla risk seviyesi oluşturmaktadır. Bununla birlikte, ham petrol zaman serilerinin kaotik ve doğrusal olmayan özellikleri, ham petrol fiyatlarının yüksek doğrulukta tahmin edilmesini zorlaştırmaktadır.

Petrol şirketleri, altın, ham petrol ve dolar ile olan ilişkileri nedeniyle küresel borsadaki ekonomik göstergeleri, dünya ekonomisini ve piyasasını büyük ölçüde etkileyen dünyanın en büyük şirketleri arasındadır. Petrolün bankalar, imalat şirketleri, rafineriler gibi birçok büyük finans kuruluşunun kararları üzerinde yük-

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Pamukkale Üniversitesi Ekonometri Bölümü, [aanavatan@pau.edu.tr](mailto:aanavatan@pau.edu.tr)

Bu çalışmada, Brent petrol fiyatları ARIMA, LSTM ve koşullu LSTM modelleri ile tahmin edilmiş ve 60 günlük öngörü değerleri elde edilmiştir. Tüm modellerde Brent petrol fiyatları, avro/dolar endeksi, doğalgaz fiyatı, ABD dolar endeksi, covid-19 kukla değişkeni girdi olarak kullanılmıştır. Bu çalışmanın literatüre katkısı koşullu LSTM modeli kullanarak covid-19 etkisinin eğitim setine dahil edilmeksizin yardımcı bir özellik olarak ele alınmasıdır.

Analiz sonucunda, koşullu LSTM modeli performans kriterleri gereği en iyi model olarak seçilmiştir. Ancak öngörü değerlerindeki oynaklığın fazla olması modelin aşırı öğrenmeye sahip olduğuna dair şüphe uyandırmaktadır. Aşırı öğrenme sorununa önlem olarak her katmanın sonuna %20 bırakma katmanı eklenerek tekrar öngörümlene yapılmıştır. Oynaklık bir miktar azalsa da nispeten kısa bir öngörü dönemi için fazla olduğu yorumu yapılabilir. Bu durum, bu çalışmada kullanılan veri setine özgü olabileceği gibi koşullu LSTM modelinin öngörü performansı ile de ilgili olabilir. Gelecek çalışmalarda, koşullu LSTM modelinin öngörü performansını iyileştirecek şekilde bu çalışmanın geliştirilmesi mümkündür.

## **KAYNAKLAR**

- Altan, A., & Karasu, S. (2022). Crude oil time series prediction model based on LSTM network with chaotic Henry gas solubility optimization. *Energy*, 242, 122964. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2021.122964>
- Bildirici, M., Bayazit, N. G., & Ucan, Y. (2020). Analyzing crude oil prices under the impact of COVID-19 by using LSTARGARCHLSTM. *Energies*, 13, 1–18. <https://doi.org/10.3390/en13112980>
- Box, G. E. P., & Jenkins, G. M. (1970). *Time series analysis: Forecasting and control*. San Francisco, CA: Holden-Day.
- Bristone, M., Prasad, R., & Abubakar, A. A. (2020). CPPCNDL: Crude oil price prediction using complex network and deep learning algorithms. *Petroleum*, 6, 353–361. <https://doi.org/10.1016/j.petlm.2019.11.009>
- Cen, Z., & Wang, J. (2019). Crude oil price prediction model with long short term memory deep learning based on prior knowledge data transfer. *Energy*, 169, 160–171. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2018.12.016>
- Chen, Y., He, K., & Tso, G. K. F. (2017). Forecasting Crude Oil Prices: A Deep Learning based Model. *Procedia Computer Science*, 122, 300–307. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.373>
- Daneshvar, A., Ebrahimi, M., Salahi, F., Rahmaty, M., & Homayounfar, M. (2022). Brent Crude Oil Price Forecast Utilizing Deep Neural Network Architectures. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 6140796. <https://doi.org/10.1155/2022/6140796>
- Firouzjaee, J. T., & Khalilijan, P. (2022). Considering interpretability of the LSTM Architecture for Oil Stocks Prices Prediction (Statistical Finance). <http://arxiv.org/abs/2201.00350>
- Guo, J. (2019). Oil price forecast using deep learning and ARIMA. 2019 International Conference on Machine Learning, Big Data and Business Intelligence (MLBDBI), 241–247. <https://doi.org/10.1109/MLBDBI48998.2019.00054>
- Heravi, M. M. L., Khorrampanah, M., & Houshmand, M. (2022). Forecasting Crude Oil Prices Using Improved Deep Belief Network (IDBN) and Long-Term Short-Term Memory Network (LSTM). 30th International Conference on Electrical Engineering (ICEE), 823–826. <https://doi.org/10.1109/ICEE52851.2022.9888888>

doi.org/10.1109/ICEE55646.2022.9827452

- Hochreiter, S., & Schmidhuber, J. (1997). Long Short-Term Memory. *Neural Computation*, 9, 1735–1780. <https://doi.org/doi:10.1162/neco.1997.9.8.1735>
- Jiang, H., Hu, W., Xiao, L., & Dong, Y. (2022). A decomposition ensemble based deep learning approach for crude oil price forecasting. *Resources Policy*, 78, 102855. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.102855>
- Jiao, X., Song, Y., Kong, Y., & Tang, X. (2022). Volatility forecasting for crude oil based on text information and deep learning PSO-LSTM model. *Journal of Forecasting*, 41, 933–944. <https://doi.org/10.1002/for.2839>
- Kim, J. M., Han, H. H., & Kim, S. (2022). Forecasting Crude Oil Prices with Major S&P 500 Stock Prices: Deep Learning, Gaussian Process, and Vine Copula. *Axioms*, 11, 375. <https://doi.org/10.3390/axioms11080375>
- Li, X., Shang, W., & Wang, S. (2019). Text-based crude oil price forecasting: A deep learning approach. *International Journal of Forecasting*, 35, 1548–1560. <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2018.07.006>
- Makala, D., & Li, Z. (2019). Economic Forecasting With Deep Learning: Crude Oil. *MATTER: International Journal of Science and Technology*, 5(2), 213–228. <https://doi.org/10.20319/mijst.2019.52.213228>
- Manowska, A., & Bluszcz, A. (2022). Forecasting Crude Oil Consumption in Poland Based on LSTM Recurrent Neural Network. *Energies*, 15, 4885. <https://doi.org/10.3390/en15134885>
- Nasir, J., Aamir, M., Haq, Z. U., Khan, S., Amin, M. Y., & Naeem, M. (2023). A new approach for forecasting crude oil prices based on stochastic and deterministic influences of LMD Using ARIMA and LSTM Models. *IEEE Access*, 11, 14322–14339. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3243232>
- Niu, T., Wang, J., Lu, H., Yang, W., & Du, P. (2021). A Learning System Integrating Temporal Convolution and Deep Learning for Predictive Modeling of Crude Oil Price. *IEEE Transactions on Industrial Informatics*, 17(7), 4602–4612. <https://doi.org/10.1109/TII.2020.3016594>
- Olah, C. (2015). Understanding LSTM Networks. GitHub Repository. <http://colah.github.io/posts/2015-08-Understanding-LSTMs/>
- Remy, P. (2020). Conditional RNN for Keras. GitHub Repository. [https://github.com/philipperemy/cond\\_rnn](https://github.com/philipperemy/cond_rnn)
- Safi, S., Aliyu, S., Ibrahim, K. S., & Sanusi, O. I. (2022). Can Oil Price Predict Exchange Rate? Empirical Evidence from Deep Learning. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 12(4), 482–493. <https://doi.org/10.32479/ijeep.13200>
- Sajadi, S. M. A., Khodaei, P., Hajizadeh, E., Farhadi, S., Dastgoshade, S., & Du, B. (2022). Deep Learning-Based Methods for Forecasting Brent Crude Oil Return Considering COVID-19 Pandemic Effect. *Energies*, 15, 8124. <https://doi.org/10.3390/en15218124>
- Salamai, A. A. (2023). Deep learning framework for predictive modeling of crude oil price for sustainable management in oil markets. *Expert Systems with Applications*, 211, 118658. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.118658>
- Santos, A., Wijaya, F. D., Setiawan, N. A., & Waluyo, J. (2022). Data Mining Algorithms for Operating Pressure Forecasting of Crude Oil Distribution Pipelines to Identify Potential Blockages. *Machine Learning and Knowledge Extraction*, 4, 700–714. <https://doi.org/10.3390/make4030033>
- Yahoo Finance. (n.d.). Retrieved February 14, 2022, from <https://finance.yahoo.com/>
- Yiğit, T., Aksoy, B., Ersoy, M., Şenol, R., & Salman, O. K. M. (2021). Petrol fiyatlarının zaman serileri ve LSTM modeli kullanılarak tahminlenmesi. *Uluslararası Teknolojik Bilimler Dergisi*, 13(1), 34–38.
- Zhang, K., & Hong, M. (2022). Forecasting crude oil price using LSTM neural networks. *Data Science in Finance and Economics*, 2(3), 163–180. <https://doi.org/10.3934/dsfe.2022008>
- Zhao, Y., Li, J., & Yu, L. (2017). A deep learning ensemble approach for crude oil price forecasting. *Energy Economics*, 66, 9–16. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2017.05.023>

## BÖLÜM 3

### TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARET POLİTİKASINDA I. İZMİR İKTİSAT KONGRESİ’NİN ÖNEMİ

Gülçin Elif YÜCEL<sup>1</sup>

#### GİRİŞ

*“Bundan sonra çok önemli zaferlere kavuşacağız. Fakat bunlar süngü zaferleri değil, ekonomi ve bilim zaferleri olacaktır. Yeni Türkiye devleti bir ekonomi devleti olacaktır.” M.K.Atatürk*

II. Meşrutiyet dönemindeki liberal uygulamalar, dış desteği arkasına alan azınlıkların ekonomik güçlerini arttırmıştır. Bu nedenle, İttihat Terakki hükümeti, Türk-Müslüman unsurların rekâbete dâhil edilerek kalkındırılmasını amaçlamıştır. “Milli İktisat” perspektifinde ekonomik hamleler de böylece başlamıştır. Bu bilinç, Milli Mücadele kadrosunun ekonomik bağımsızlık, dış ekonomik ilişkiler ve yabancı sermaye konularındaki tavırlarını belirleyen ana etken olmuştur. Milli İktisat politikaları, Osmanlı dönemi dış ticaretinde büyük ağırlığı olan azınlıkların etkilerini ortadan kaldırmayı ve “yerli ticaret burjuvası”nın oluşturulmasını hedeflemiştir. Bağımsızlık ve ekonomi birbirini tamamlayan iki unsur olarak ele alınmış, birinin yokluğunun diğerinin de etkisizleşmesi sonucuna yol açacağı öngörüsüne yer verilmiştir.

Milli Mücadele’nin sonunda Türkiye’nin karşı karşıya bulunduğu şartlar, 1923’ten itibaren takip edilecek iktisat politikasının objektif sınırlarını ve çerçevesini belirlemiştir. Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte siyasal açıdan önemli dönüşümler yaşanmış, tüm kurumsal yapı değiştirilmiş ve çağdaşlaşma yolunda önemli adımlar atılmıştır. Ancak günün nesnel koşulları ve uluslararası kısıtlar nedeniyle siyasal alandaki köklü dönüşümler, iktisadi alana yansımamış ve bu dönem 1908-1922 döneminin devamı niteliğinde olmuştur. Cumhuriyetin kurucu kadrosu, İttihatçıların başlatmış oldukları ekonomik ve siyasi süreci sürdürmüşlerdir. 1920’li yılların sonuna kadar milli bir burjuvazinin oluşturulabilmesi kaygısı, iktisadi kalkınmanın temel dinamosu olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda,

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, elifyucel@beykent.edu.tr

geniş çaplı bir katılım ile toplanmasının yanında toplanış tarihinin zamanlaması oldukça ilginçtir. Cumhuriyet'in ilanından sekiz ay kadar önce ve Lozan Barış görüşmelerinin özellikle ekonomik konulardaki anlaşmazlıklar nedeniyle kesildiği döneme tesadüf etmesi bu ilginçliği ortaya koymaktadır.

İzmir İktisat Kongresi, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin köklerini bilmede, dünü anlamada, bugünü kavramada ve yarına bakmakta hâlâ çok önemli ekonomik, toplumsal, siyasi ve hukuki bir belge olma niteliğini taşımaktadır. Kongre, Mustafa Kemal Atatürk'ün tartışılmaz vizyonu ve müthiş öngörüsü ile gerçekleşmiştir. Batı emperyalizminin elinde nasıl bağımsızlığını yitirdiğini gören yarı sömürgecilikten çıkmak isteyen bir milletin bağımsızlığa giden yolda önemli bir adımıdır. İktisadi bağımsızlığın ulusal bir paylaşım ile gerçekleştirilebileceğini öngörerek ve bu anlamda toplumun dinamiklerini bu hedefe seferber ederek iktisatla ilgili her zümreyi temsil edecek bir düzen kurgulanmıştır. Cumhuriyet'in ekonomi alanında başarısız olduğunu, bazı uygulamalara girişmekte geç kaldığını öne süren yorumcular olsa da her dönemi, kendine özgü koşulları ve kısıtlarıyla birlikte değerlendirmek gerekir. Bütün güçlükler rağmen ilk yıllarda yapılanlar, bugünün iktisat merceğinden bakıldığı zaman bile, oldukça doğru yönde ve enerjik bir atılım manzarası göstermektedir. Kongrenin hükümete sunduğu yabancı sermaye esasları da o günkü ekonomik durum açısından son derece tutarlı ve ülke ekonomisine yararlı olabilecek niteliktedir. İlk aşamadaki önceliğin disiplinli bir devlet örgütü kurmaya ve ekonominin altyapısını güçlendirmeye verilmesi, bugünkü bilim ışığında tartışıldığı zaman da, yerinde sayılabilecek kararlardır.

## **KAYNAKLAR**

- Alpay, Y., Alkin, E. (2020). *Olaylarla Türkiye Ekonomisi: Yirminci Yüzyıl Türkiye Ekonomi Tarihi* (5. Baskı). Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Bali, R.N. (2003). *Cumhuriyet yıllarında türkiye yahudileri, bir türkleştirme serüveni (1923-1945)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baskıcı, M. M. (2005). *1800-1914 yıllarında anadolu'da iktisadi değişim*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Boratav, K. (1981). *Kemalist Economic Policies and Etatism*. Ali Kazancıgil ve Ergun Özbudun (Ed.), Atatürk: Founder of a Modern State içinde (s. 165-190). Londra.
- Boratav, K. (2009). *Türkiye iktisat tarihi: 1908-2007* (13. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Boratav, K. (2009). *Türkiye'de devletçilik* (2. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Boratav, K. (2015). *Türkiye iktisat tarihi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Dura, C., Altıparmak, A. (2000). 1838 Osmanlı İngiliz ticaret antlaşması: nedenleri ve sonuçları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2000 (16): 17-30.
- Eğilmez, M. (2018). *Değişim sürecinde türkiye* (4. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Eldem, V. (1994). *Harp ve muharebe yıllarında osmanlı imparatorluğu'nun ekonomisi*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Eroğlu, N. Atatürk dönemi iktisat politikaları, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2007 (23).
- Hale, W. (1981). *The political and economic development of modern turkey*. Londra: Croom Helm.
- Kayran, M., Saygın, S. İzmir iktisat kongresi. *Türk Dünyası Uygulama ve Araştırma Merkezi Yakın Tarih Dergisi*, 2019-3(5): 27-70.

- Kazgan, H. (1982). *Sanayi tarihi*. İstanbul: İTÜ Matbaası.
- Kazgan, H. (2005). *Galata bankerleri*. Ankara: Orion Yayınevi.
- Kepenek, Y., Yentürk, N. (1994). *Türkiye ekonomisi* (22. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Koçaşlı, İ. O., 1923 İzmir iktisat kongresinde alınan kararların dönemin iktisat politikalarına etkile-ri. *Journal of Academic Value Studies*, (2019). 3(17): 134-148.
- Kongar, E. (1985). *İmparatorluktan günümüze Türkiye'nin toplumsal yapısı 1*. İstanbul: Remzi Kita-bevi.
- Kuruç, B. (1993). *Belgelerle türkiye iktisat politikası (Cilt 1)*. Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayın-ları.
- Ökçün, A. G. (1971). *Türkiye iktisat kongresi*. No. 262. Ankara: S.B.F. yayınları.
- Pamuk, Ş. (2008). *Osmanlı ekonomisi ve kurumları*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Pamuk, Ş. (2009). *Osmanlıdan cumhuriyete küreselleşme, iktisat politikaları ve büyüme (seçme eserle-ri II)* (2. Basım). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Parasız, İ. (1998). *1923'ten günümüze iktisat ve istikrar politikaları*. Bursa: Ezgi Yayınevi.
- Şahinkaya, S. (2009). *Gazi Mustafa Kemal ve cumhuriyet ekonomisinin inşası*. Ankara: ODTÜ Ya-yıncılık.
- Şahinkaya, S. "Yollar Dikensiz Gül Bahçesi Değildi: Türkiye (İzmir) İktisat Kongresi (17 Şubat – 4 Mart 1923). Nasıl Toplandı? Kimler Katıldı? Hangi Kararlar Alındı?". Görsel Sunum. İnönü Vakfı. Pembe Köşk. 19 Nisan 2014. Ankara.
- Tezel, Y. (1986). *Cumhuriyet döneminin iktisadi tarihi (1923-1950)*. Ankara: Yurt Yayınları.
- Toprak, Z. (1995). *Milli iktisat-milli burjuvazi*. İstanbul: Yurt Yayınları.
- Toprak, M. (2004). İzmir İktisat Kongresi: Bir Gelecek Perspektifi. *İktisat İşletme ve Finans*, 19(214), 115-131.
- TÜİK (2022). Dış Ticaret Verileri. (16/07/2022 tarihinde <http://tuik.gov.tr> adresinden ulaşılmıştır).
- Yenal, O. (2003). *Cumhuriyet'in iktisat tarihi* (1. Basım). Homer Kitabevi.
- Yılmaz, F. (1996). *Devlet borçlanması ve Osmanlıdan Cumhuriyete dış borçlar: düny-u umumiye* (Vol. 38). Birleşik Yayınları.

## BÖLÜM 4

### 4857 SAYILI İŞ KANUNU BAKIMINDAN İŞÇİNİN YILLIK ÜCRETLİ İZİN VE GÜNLÜK ARA DİNLENME HAKKI

Seçil GÜRÜN KARATEPE<sup>1</sup>

#### GİRİŞ

İşçinin dinlenme hakkı, 1982 Anayasasının 50. maddesinde düzenlenmiş olup, anayasal bir haktan doğmaktadır. Sosyal Devlet anlayışı gereğince işçinin dinlenmesi, yenilenmesi, işçinin sağlığının korunması ve iş veriminin artması izinlerin bir hak olarak işçiye verilmesinin temel gerekçelerindendir. Çalışma hayatının yorgun, yıpratıcı ortamı işçinin hem günlük olarak işine ara vermesini hem de yıllık olarak iş ortamından uzaklaşarak dinlenmesini zorunlu kılmaktadır.

İş sözleşmesi, tarafları olan işçi ve işverene karşılıklı borç ve sorumluluklar yükleyen bir sözleşmedir. Bu borç ve sorumluluklar kapsamında işverenin yükümlülüklerinden birisi işçinin fiziksel ve psikolojik olarak korunmasını sağlayacak olan dinlenme imkânının işçiye verilmesidir. İşçinin sürekli çalışmanın getirdiği yorgunluklara karşı korunması, çalışma güvenliğinin sağlanması nedenleriyle işçiye belirli zaman dilimlerinde dinlenme sürelerinin verilmesi gerekmektedir. 4857 sayılı İş Kanunu işçilere ait izin haklarını yıllık izin, ücretsiz izin, mazeret izni ve diğer izinler şeklinde düzenlemiştir.

İşçinin en temel haklarından olan izin haklarından yıllık izin ve günlük çalışması içerisinde yer alan ara dinlenme izni çalışmada ele alınmıştır. Çalışmanın yönteminde nitel araştırma kapsamında betimsel analiz tekniği seçilmiştir. Başta 4857 sayılı İş Kanunu ve ilgili Yönetmelikler çerçevesinde konu kapsamlı bir biçimde ele alınmıştır. Çalışmanın amacı işçilerin yasal haklarındaki bilinirlik düzeyini artırmaktır.

#### YILLIK ÜCRETLİ İZİN

Yıllık ücretli izin, işçinin çalıştığı yılın belirli döneminde dinlenmeleri, işteki dikkatlerini toplayabilmeleri üzere hem ailelerine hem de sosyal hayatlarına zaman

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, secilgurun@arel.edu.tr

müteakip kıdeminin artmasına orantılı olarak artan yıllık izin süreleri; bir yıldan beş yıla kadar (beş yıl dahil) olanlara on dört günden, beş yıldan fazla on beş yıldan az olanlara yirmi günden, on beş yıl (dahil) ve daha fazla olanlara yirmi altı günden az olmayacak şeklinde düzenlenmiştir. Nisbi emredici hüküm niteliğinde olup, İş Kanunundaki sürelerin bireysel ya da toplu iş sözleşmeleriyle arttırılması mümkün olmaktadır. Asgari bekleme süresi olan bir yıllık süre içerisinde işçinin deneme süreli çalışması mevcut ise dahil edilmektedir. İşçi, yıllık izin süresince başka birinin yanında ücret karşılığı çalışması halinde işverenin yıllık izin süresi dahilinde ödemiş olduğu ücreti geri alma hakkı bulunmaktadır. Yıllık izin ücretinin temel ücret üzerinden hesaplanması gerekmektedir. Yıllık izin süresi içerisinde denk gelen hafta tatili ve genel tatil günleri için ayrıca ödeme yapılmalıdır. İşçinin kullanmadığı yıllık izin sürelerinin ücrete dönüşebilmesinde iş sözleşmesinin sona ermesi gerekmektedir. Bu durumda işçiye kullanmadığı izin ücretleri ödenmelidir.

Yapılan çalışma sonucunda önemle vurgulanması gereken husus işçi olarak çalışma hayatında yer alan kesimin haklarındaki bilinirlik düzeyinin artırılması ve bu yönde çalışmaların yapılmasının gerekliliği ön plana çıkmaktadır.

## **KAYNAKLAR**

- Akyiğit, E. (2016). İş Hukuku. 11.Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Akyiğit, E. (2000). Yıllık Ücretli İzin. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Akyiğit, E. (2011). 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu'nda Yıllık Ücretli İzin. Sicil İş Hukuku Dergisi, Sayı:24, 55-73.
- Çelik, N., Caniklioğlu, N., Canbolat, T., (2018). İş Hukuku Dersleri. İstanbul: Beta Basım.
- Çöğenli, T. (1983). Türk İş Hukukunda Yıllık Ücretli İzin. İstanbul: Üçdal Yayınevi.
- Demircioğlu, A. M., Centel, T. (2010). İş Hukuku. İstanbul: Beta Basım.
- Deniz, Ç. E. (2020). 4857 Sayılı İş Kanunu Hükümlerinin Kısmi Süreli İş Sözleşmelerine Uygulanmasında Yaşanan Sorunlar. Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.15., S.185., Ocak-Şubat, 137-188.
- Eyrenci Ö., Taşkent, S., Ulucan D. (2016). Bireysel İş Hukuku. İstanbul: Beta Yayın.
- Mollamahmutoğlu, H., Astarlı, M., Baysal, U. (2014). İş Hukuku. 6. Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Baysal, M. (2020). İşçilerin Sahip Olduğu İzin Haklarının 4857 İş Kanunu Bakımından Değerlendirilmesi. Hak-İş Emek ve Toplum Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 24, (2020/2), 270-285.
- Şakar, M. (2021). İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku. İstanbul: Beta Yayın.
- Mülâyim, B. O., Kayık Aydınalp, A. (2019). Fazla Çalışma Ücretinin Hesaplanması. Hacettepe HFD, 9 (2), 412-451.
- Özkaraca, E. (2018). Aynı İşveren Yanındaki Aralıklı Çalışmalarda Yıllık Ücretli İzin Hakkı. Sicil İş Hukuku Dergisi, S. 39, 90-104.
- Süzek, S. (2018). İş Hukuku. İstanbul: Beta Yayın.
- Doğan, S. (2020). İş Hukukunda İşçinin Ara Dinlenmesi. Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, Cilt 26, Sayı 2, Aralık, 1179-1202.
- Sevimli, A., Yıllık Ücretli İzin Hakkının Kullanılmamasının Hukuki Sonuçları Hakkında Kısa Bir Not. Sicil İş Hukuku Dergisi, Haziran, 41-68.
- Soyer, M. P. (2002). İş Hayatındaki Önemli Bir Sorun Üzerine Not: İşverenin Yıllık Ücretli İzin Hakkını Kullanmaması. Kemal Oğuzman'a Armağan, İstanbul.

- Sur, M. (2017). İş Hukuku Toplu İlişkiler. 6. Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Süzek, S. (2020). İş Hukuku. 19. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Tugay, M. (2019). Yıllık Ücretli İzin. Yaşar Hukuk Dergisi, C. 1., S. 2., Temmuz, 205-247.
- Tulukçu, N. B. (2012). İş Hukukunda Dinlenme Hakkı. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Urhanoglu, İ. (2020). Türk Hukukunda Yıllık Ücretli İzin. 1. Baskı, Ankara: Yetkin Yayıncılık
- Yargıtay 22 Hukuk Dairesi, E. 2017/23741, K. 2020/9437, Tarih: 13.07.2020.
- Yargıtay 9 Hukuk Dairesi, E. 2007/38515, K. 2009/10133, Tarih: 09.04.2009, Erişim adresi: <https://legalbank.net/> (24.10.2022).
- Yargıtay 9 Hukuk Dairesi, E. 2008/30985, K. 2007/35281, Tarih: 17.11.2008.
- Yargıtay 9 Hukuk Dairesi, E. 2016/20520, K. 2016/8588, Tarih: 21.11.2016, Erişim adresi: <https://legalbank.net/> (17.01.2023).
- Yargıtay 9 Hukuk Dairesi, E. 2014/30472, K. 2016/3413, Tarih: 22.02.2016, Erişim adresi: <https://legalbank.net/> (17.01.2023).
- Ulusoy, Y. (2005). 4857 Sayılı İş Kanunu Açısından Ara Dinlenmesi. Dokuz Eylül University Law Review, Volume 7, 383-408.
- Yelekçi M., Yelekçi İ. (2001). İş Kanunu Şerhi. Ankara.
- Yargıtay 9 Hukuk Dairesi, E. 2016/2543, K. 2016/2024, Tarih: 08.02.2016, Erişim adresi: <https://legalbank.net/> (17.01.2023).
- 4857 Sayılı İş Kanunu. (2003, 10 Haziran). Resmi Gazete (Sayı: 25134). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2003/06/20030610.htm#1>.
- 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu. (2011, 11 Ocak). Resmi Gazete (Sayı: 27836). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6098.pdf> (22.10.2022)
- Yıllık Ücretli İzin Yönetmeliği, Resmi Gazete 25391, Tarih: 03.03.2004.

## BÖLÜM 5

### AVRUPA BİRLİĞİ ÜYESİ ÜLKE İŞLETMELERİNDE DİJİTAL TEKNOLOJİLERİN KULLANIMI

Aysel ARSLAN<sup>1</sup>

#### GİRİŞ

Dijitalleşme, endüstriyel ve daha geniş anlamda toplumsal değişimle ilgili tartışma konuları arasında yer almaktadır. Hem özel hem de iş yaşantımız temel olarak dijital teknolojilerden etkilenmektedir. Dijital teknoloji aracılığıyla geçirilen değişiklikler bilgi alma şeklimizden işin yapılış şekline kadar, iş yerinin tasarımından, müşteriler ve paydaşlarla nasıl bağlantı kurduğumuza ve bu ürünlerin nasıl tüketildiğine kadar etkili olmaktadır (Mangematin, 2014: 1). Dolayısıyla sosyal yaşantımızda kullandığımız dijital teknolojiler iş yaşantımızda kullandıklarımız bir biri ile iç içe geçmiş bir şekilde hayatımıza yön vermektedir.

Dijitalleşmenin işletmelerin amaçlarına ulaşmalarında ve değişen dünyaya ayak uydurabilmelerinde payı giderek büyümektedir. Çünkü içinde yaşadığımız dünya dinamik yapıda olduğundan değişim ve dönüşümlere gebedir. Müşteri ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerin de değişen ve dönüşen ihtiyaçlara cevap vermesi gerekmektedir. Bunun için işletmelerde dijitalleşme çalışmalarına ihtiyaç vardır. Dijital çağ olarak ifade edilen 21. yüzyılda işletmelerin birçoğu dijitalleşme yolunda önemli aşamalar katetmektedir. İşletmelerin dijitalleşme çabaları süreklilik gerektiren dinamik bir kavram olduğundan, işletmelerin işleyiş ve süreçleriyle ilgili bir dizi çalışmayı beraberinde getirmektedir. Ancak işletmeler dijitalleşme yolunda gösterdikleri çabalarının geri dönüşlerini almaya başladıkça, dijitalleşmeye daha fazla önem vermeye başlamışlardır. Dijital dönüşüm, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) değer yaratma şeklini değiştirmektedir. Sistem düşünceyle dijital dönüşüm kurumları, toplumu ve ekonomileri yeniden yapılandırmak için kullanılan bir süreçtir. Örneğin sosyal medya, şirketlerin müşterilerle etkileşim kurma ve hizmetlerini sunma biçimlerini değiştirmiştir. Büyük veri yalnızca

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Sağlık Hizmetleri MYO, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, aysel.arslan@omu.edu.tr

## KAYNAKLAR

- Aly, H. (2020). Digital transformation, development and productivity in developing countries: is artificial intelligence a curse or a blessing?. *Review of Economics and Political Science*, (ahead-of-print).
- Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat) (2022). Veri tarayıcısı. Dijital ekonomi ve toplum. 18. 08.2022 tarihinde <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/explore/all/science?lang=en&subtheme=iso-c&display=list&sort=category> adresinden erişildi.
- BarNir, A., Gallagher, J. M., & Auger, P. (2003). Business process digitization, strategy, and the impact of firm age and size: the case of the magazine publishing industry. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 789-814.
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs?. *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828.
- Caputo, A., Pizzi, S., Pellegrini, M. M., & Dabić, M. (2021). Digitalization and business models: Where are we going? A science map of the field. *Journal of Business Research*, 123, 489-501.
- Garzella, S., Fiorentino, R., Caputo, A., & Lardo, A. (2021). Business model innovation in SMEs: the role of boundaries in the digital era. *Technology Analysis & Strategic Management*, 33(1), 31-43.
- Gray, J., & Rumpe, B. (2015). Models for digitalization. *Software & Systems Modeling*, 14(4), 1319-1320.
- Guellec, D., & De La Potterie, B. V. P. (2002). R&D and productivity growth: panel data analysis of 16 OECD countries. *OECD Economic studies*, 2001(2), 103-126.
- Hall, B. H., Mairesse, J., & Mohnen, P. (2010). Measuring the Returns to R&D. In *Handbook of the Economics of Innovation* (Vol. 2, pp. 1033-1082). North-Holland.
- Jackson, N. C. (2019). Managing for competency with innovation change in higher education: Examining the pitfalls and pivots of digital transformation. *Business Horizons*, 62(6), 761-772.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466.
- Mangematin, V., Sapsed, J., & Schüßler, E. (2014). Disassembly and reassembly: An introduction to the Special Issue on digital technology and creative industries. *Technological Forecasting and Social Change*, 83, 1-9.
- Parisi, M. L., Schiantarelli, F., & Sembenelli, A. (2006). Productivity, innovation and R&D: Micro evidence for Italy. *European Economic Review*, 50(8), 2037-2061.
- Pfister, P., & Lehmann, C. (2021). Returns on digitisation in SMEs—a systematic literature review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1-25.
- Picard, R. G. (2011). Digitization and media business models. *Mapping digital media*.
- Sabbagh, K., Friedrich, R., El-Darwiche, B., Singh, M., Koster, A. (2013), "Digitization for economic growth and job creation: regional and industry perspective", The global information technology report, 2013, pp. 35-42.
- Stoyanova, M. (2020). Good practices and recommendations for success in construction digitalization. *TEM Journal*, 9(1), 42.
- Vasilev, V. L., Gapsalamov, A. R., Akhmetshin, E. M., Bochkareva, T. N., Yumashev, A. V., & Anisimova, T. I. (2020). Digitalization peculiarities of organizations: A case study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 3173.
- Vendrell-Herrero, F., Bustinza, O. F., Parry, G., & Georgantzis, N. (2017). Servitization, digitization and supply chain interdependency. *Industrial Marketing Management*, 60, 69-81.
- Vial, G. (2021). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Managing Digital Transformation*, 13-66.
- Warner, KS ve Wäger, M. (2019). Dijital dönüşüm için dinamik yetenekler oluşturma: Devam eden bir stratejik yenileme süreci. *Uzun menzilli planlama*, 52 (3), 326-349.
- Westerman, G. (2016). Why digital transformation needs a heart. *MIT Sloan Management Review*, 58, 19-21.
- Wortmann, A., Barais, O., Combemale, B., & Wimmer, M. (2020). Modeling languages in Industry 4.0: an extended systematic mapping study. *Software and Systems Modeling*, 19(1), 67-94.
- Heale, R., & Twycross, A. (2018). What is a case study?. *Evidence-based nursing*, 21(1), 7-8.
- Stemler, S. (2000). An overview of content analysis. *Practical assessment, research, and evaluation*, 7(1), 17.

## BÖLÜM 6

# BİST TEKNOLOJİ ENDEKSİNDE YER ALAN ŞİRKETLERİN FİNANSAL DURUMLARININ ALTMAN MODELİYLE İNCELENMESİ

Alper OVA<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Yirminci yüzyılın son çeyreğinden beri hızlı bir ivmeyle hareket eden teknolojik ilerlemeler, yaşamın tüm alanlarında hissedilmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu hızlı hareket küreselleşmenin de etkisiyle tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Bilgi ve teknoloji yoğun ülke ekonomileri sürdürülebilir büyüme konusunda çok avantajlıdır. Toplum yaşamına etki eden eğitim, güvenlik, sağlık gibi ana konuların yanı sıra bankacılık, finans, ticaret gibi alanlarda da teknoloji kullanımı yaygın hale gelmektedir (Saridoğan, 2020:23).

Örneğin klasik bankacılık anlayışı, bankaların teknolojik altyapılarındaki ilerlemeyle beraber giderek dijital bankacılık anlayışına dönüşmektedir. Türkiye Bankalar Birliği<sup>2</sup> verilerine göre Ekim-Aralık 2021 döneminde en az bir kere sisteme girmiş bireysel aktif dijital bankacılık müşteri sayısı (katılım bankaları hariç) 74,5 milyon olmuş, kurumsal müşteri sayısı ise 3,4 milyon olmuştur. Bireysel ve kurumsal, toplam aktif dijital müşteri sayısı 77,9 milyon olmuştur (Türkiye Bankalar Birliği, 2022:i). Teknolojik değişimler, finans sektörünü inanılmaz bir şekilde etkilemiş ve neredeyse tüm bankacılık işlemlerinin dijital ortamda yapılmasını mümkün kılmıştır.

Covid-19 salgınıyla beraber birçok eğitim kurumu, eğitimi uzaktan sağlamış, sınavlar dahi dijital ortamda olmuştur. Kütüphane erişimleri belirli yazılımlar vasıtasıyla uzaktan mümkün hale gelmiştir. Ayrıca ders sırasında kullanılan materyaller teknolojiye paralel olarak değişmekte ve eğitimi daha kolay hale getirmektedir.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Muhasebe ve Finansman Yönetimi Bölümü, alperova@hotmail.com

<sup>2</sup> Raporda yer alan bilgiler, Türkiye Bankalar Birliğine üye olan ve internet bankacılık hizmeti veren 28 banka ve mobil bankacılık hizmeti veren 22 bankanın verilerinden oluşturulmuştur.

Şirketlerin en azından kısa vadeli borçlarını ödeyebilecek düzeyde dönen varlığa sahip olmaları Z"-skoruna pozitif yönde etki etmektedir.

Son olarak özsermaye/ toplam varlık oranının Z"-skora pozitif ve anlamlı şekilde etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Şirketlerin borçtan ziyade, kendi özsermayelerinin oransal olarak yüksek oluşu, onların daha düşük seviyede finansman giderleriyle karşı karşıya kalmalarını sağlamaktadır. Bu durum da onları finansal açıdan daha sağlam yapmaktadır. Dolayısıyla bu tarz şirketlerin Z"-skorları da daha yüksek olmaktadır.

İleri ki çalışmalarda çalışma periyodunu daha uzun tutmak suretiyle, Altman Z" skorunu belirleyen makroekonomik değişkenler de dikkate alınarak regresyon analizi yapılabilir. Böylelikle şirketlerin riskli bölgeye girmesine ya da güvenli bölgede kalmasına neden olan enflasyon ve benzeri makro-ekonomik değişkenler belirlenebilir.

## **KAYNAKLAR**

- Akpınar, O. & Akpınar, G. (2017). Finansal başarısızlık riskinin belirleyicileri: Borsa İstanbul'da bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 932-951.
- Akyüz, F. (2020). Taş ve toprağa dayalı sektörde faaliyet gösteren şirketlerin finansal başarısızlık risklerinin tahmin edilmesi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 40-51. <https://doi.org/10.25287/ohuiibf.652278>
- Alali, M. S. (2018). Predicting financial distress for mobile telecommunication companies listed in Kuwait Stock Exchange using Altman's model. *Journal of Economics Finance and Accounting*, 5(3), 242-248.
- Alici, A. (2021). Havayolu işletmelerinde finansal başarısızlık riskinin belirleyicileri. *International Journal of Aeronautics and Astronautics*, 2(2), 28-40
- Altınbaş Tutar, E. & Medetoğlu, B. (2022). Altman z skor modeli ile Bist spor endeksinde işlem gören işletmelerin finansal durumların değerlendirilmesi. *Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 15-26, <https://doi.org/10.38120/banusad.1103181>
- Altman E.I (1968). Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy, *Journal of Finance*, 23(4), 589-609.
- Altman E.I (1993). *Corporate financial distress and bankruptcy*, John Wiley & Sons, Inc.
- Beaver, W. H. (1966). Financial ratios as predictors of failure. *Journal of Accounting Research*, 4, Empirical Research in Accounting: Selected Studies, (Supplement), 71 – 111.
- Büyükarıkan, U. & Büyükarıkan, B. (2014). Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal başarısızlık tahmin modelleriyle incelenmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (46), 160-172.
- Celli M. (2015). Can Z-Score Model Predict Listed Companies' Failures in Italy? An Empirical Test. *International Journal of Business and Management*, 10(3), 57-66.
- Ece, O. & Öner, A. (2018). Finansal bilgi düzeyi ile firma finansal başarısı arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Erzincan ili kobi'leri üzerine bir uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(24), 192-216.
- Gritta, R.D., Adrangi, B., Adams, B. & Tatyana, N. (2008). An Update on Airline Financial Condition and Insolvency Prospects Using the Altman Z" Score Model. *Journal of the Transportation Research Forum*, 47(2). Doi:10.5399/osu/jtrf.47.2.1726
- Güngör, H. Y. & Armutlu, M. (2020). Havayolu firmalarının finansal başarısızlıklarının tahmini. *Turkish Business Journal*, 1(2), 80-88.

- Gürol, B. (2021). Entelektüel sermaye ile finansal başarısızlık ilişkisi: borsa İstanbul mali kuruluşlar endeksi örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 5(9), 31-44. <https://finance.yahoo.com> (Erişim Tarihi 18.10.2022)
- Isayas, Y.N. (2021). Financial distress and its determinants: Evidence from insurance companies in Ethiopia. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1951110>
- Kendirli, S. & Çıtak, F. (2022). Altman modeli ile finansal başarısızlık tahmini: Bist orman, kâğıt ve basım endeksinde faaliyet gösteren şirketlerde bir uygulama. *Econder International Academic Journal*, 6 (1), 86-97.
- Khaddafi, M., Falahuddin, -, Heikal, M. & Nandari, A. (2017). Analysis z-score to predict bankruptcy in banks listed in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3), 326-330.
- Kulalı, İ. (2016). Altman z-score modelinin Bist şirketlerinin finansal başarısızlık riskinin tahmin edilmesinde uygulanması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(27), 283-292, <https://doi.org/10.17130/10.17130/ijmeh.2016.12.27.1076>
- Lifschutz S. & Jacobi A. (2010). Predicting Bankruptcy: Evidence from Israel, *International Journal of Business and Management*, 5(4), 133-141. DOI:10.5539/ijbm.v5n4p133
- Lypitka, M., Makrygiannakis G., & Papadogonas, T. (2019). The Performance of Energy Firms in Greece. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 5(8).
- Milašinović, M, Knežević, S, & Mitrović, A. (2019). Bankruptcy forecasting of hotel companies in the Republic of Serbia using Altman's Z-score model. *Hotel and Tourism Management*, 7(2), 87-95. <https://doi.org/10.5937/menhottur1902087M>
- Ohlson J.A. (1980). Financial Ratios and the Probabilistic Prediction of Bankruptcy. *Journal of Accounting Research*, 18(1), 109-131.
- Prasetyani, E., & Sofyan, M. (2020). Bankruptcy analysis using Altman z-score model and Springate model in retail trading company listed in Indonesia Stock Exchange. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 1(3), 139-144. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v1i3.98>
- Sarıdoğan, H. Ö. (2020). BIST teknoloji endeksinde kayıtlı firmaların finansal performanslarının analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 22-36.
- Shi, Y., & Li, X. (2021) Determinants of financial distress in the European air transport industry: The moderating effect of being a flag-carrier, *PLoS One*, 16(11): e0259149. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0259149>
- Siekelova, A., Kovalova, E., Ciurlău, C.F. (2019). Prediction financial stability of Romanian production companies through Altman Z-score, *Ekonomicko-manazerske spektrum*, 13(2), 89-97.
- Swalih, M., Adarsh, K & Sulphey, M. (2021). A study on the financial soundness of Indian automobile industries using Altman Z-Score. *Accounting*, 7(2), 295-298.
- Tanç, A., Çardak, D. & Canlitepe, F. (2022). Covid-19 salgınının işletmelerin finansal başarısızlığı üzerine etkileri: Bist imalat sektöründe yer alan işletmelerin Altman z-skör yöntemi kullanılarak incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi 25. Yıl Özel Sayısı, 288-301. DOI: 10.29249/selcuksbmyd.1125891
- Tung, D. T. & Phung, V. T. H (2019). An application of Altman z-score model to analyze the bankruptcy risk: cases of multidisciplinary enterprises in Vietnam. *Investment Management and Financial Innovations*, 16(4), 181-191. [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.16\(4\).2019.16](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.16(4).2019.16)
- Türkiye Bankalar Birliği (2022): Dijital, internet ve mobil bankacılık istatistikleri Aralık 2021, Rapor Kodu DT22, Şubat 2022.
- Udin, S., & Khan, M.A. & Javid, A.Y. (2017). The effects of ownership structure on likelihood of financial distress: an empirical evidence. *Corporate Governance*, 17(4), 589-612. <https://doi.org/10.1108/CG-03-2016-0067>

## BÖLÜM 7

# DEĞİŞİM YÖNETİMİ SÜREÇLERİNDE MAVİ YAKALI ÇALIŞANLARIN DEĞİŞİME KARŞI DİRENÇ EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİ<sup>1</sup>

Zekeriya ŞAHİN<sup>2</sup>

### GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz bilgi toplumu gereğince; işletmeler varlığını sürdürebilmek, rekabet edebilmek, verimliliğini ve etkinliğini arttırmak, dış çevre ve diğer çevre etmenlerine uyum sağlayabilmek amacı ile sürekli değişim ve dönüşüm içersin de olmak zorundadırlar. Bu da etkili bir değişim yönetimi sürecini kaçınılmaz kılmaktadır. Değişim yönetimi sürecinin başarılı bir şekilde yürütülmesi için örgüt içerisinde bulunan tüm alt sistemlerin birbirleriyle entegre olarak çalışması gerekmektedir. Bu noktada farklı birimlerde bulunan çalışanlar, koordinasyon içerisinde olmalıdır. Günümüz koşullarında ise bu uyumu sağlamakta, değişime öncülük etmekte, örgütsel değişim süreçlerinin etkinliğini arttırmakta mavi yakalı çalışanlarının rolü gün geçtikçe önem kazanmaktadır.

Örgütlerdeki değişim kararları genellikle üst yönetim tarafından belirlenmekte ve yönetilmektedir. Bu örgütlerdeki değişimin büyüklüğüne ve türüne bağlıdır. Üst yönetim, değişim süreçlerini planlarken ve yürütürken, stratejik iş ortağı olarak gördüğü insan kaynakları birimiyle koordinasyon ile çalışmaktadır.

Değişim süreçleri ise genellikle mavi yakalı çalışanlar üzerinde bir baskı unsuru yaratmaktadır. Mavi yakalı çalışanlar; değişimin doğasında olan belirsizlik, organizasyondaki iş yapma süreçlerinin aksaması, yeni iş yüklenmesi, elde olan mevcut işi kaybetme, bilgi teknolojilerindeki değişimler, şirket birleşmeleriyle beraber örgüt kültürü çatışmaları, örgüt kültürünün yeniden yapılanması gibi arttırabilecek birçok faktöre dayalı olarak değişime karşı direnç gösterme eğiliminde olmaktadır. Değişim süreci içerisinde işletme yönetimi insan kaynakları biriminden; mavi yakalı çalışanların üzerindeki baskı unsurunu azaltması, deği-

<sup>1</sup> Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi II Kitapçığında Yayınlanmıştır.

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Milli Savunma Üniversitesi, Kara Harp Okulu, İşletme ve Yönetim Bilimleri Bölümü, zshahin2@msu.edu.tr

Bunun yanı sıra, araştırmanın alan yazını incelemesi bölümünde yer aldığı üzere değişime direncin başlıca sebepleri arasında yer alan kaliteli iletişim, katılım, adalet ve güven gibi örgütsel ve değişim sürecine ilişkin faktörlerin göz önüne alınarak oluşturulacak olumlu bir değişim ve örgüt iklimi değişime direnç davranışlarının azalmasına yardımcı olacaktır ibaresinden hareketle yöneticilerin bu davranışlara da önem göstermeleri önerilebilmektedir. Ayrıca farklı araştırmalar da bu kavramlar ile gri ve beyaz yakalı evreni üzerinde yapılacak olan araştırmalar bu durumu destekleyebilecektir.

## KAYNAKLAR

- Baltaş, Z. (2006). *Değişimde Değer Yaratmak*, 1. Baskı, İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Bayrak, C. (1992). *Eğitim Yüksek Okullarında Örgütsel Değişim*, Eskişehir.
- Bradley, S. (1993). *Globazition, Technology and Competition*, Boston: Harward.
- Bridges, W. (1986). Managing Organizational Transitions, *Organizational Dynamics*, 15(1), 24-33.
- Çelebioğlu, F. (1990). *Örgütsel Değişim*, İstanbul: Fatih Yayınları.
- Deniz, N. (1999). *Global Eğitim*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Doğan, İ. (2002). *Sosyoloji, Kavramlar ve Sorunlar*, Ankara: Pegem Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2002). *Eğitimde Değişim Yönetimi*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Eren, E. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*, 5. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Ergin, E. (1992). *İşletme Politikası*, İstanbul: Der Yayınları.
- Gattiker, U. E. (1990). *Technology Management In Organizations*, London: Sage.
- Gibson, R. (1997). *Geleceği Yeniden Düşünmek*, (Çev. Sinem Gül), İstanbul: Sabah Kitapları.
- Goldstein, J. (1988). A Far From Equilibrium Systems Approach To Resistance To Change, *Organizational Dynamics*, 17(2), 16-22.
- Helvacı, M. A. (2005). *Eğitim Örgütlerinde Değişim Yönetimi*, 1. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hurst, D. K. (2000). *Kriz ve Yenilenme*, (Çev: Ela Gürdemir), İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Johns, E. A. (1973). *The Sociology Of Organizational Change*, Oxford: Pergamon Press.
- Kaynak, T. (1995). *Organizasyonel Davranış ve Yönlendirilmesi*, İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.
- Koçel T. (1999). *İşletme Yöneticiliği*, İstanbul, Beta Yayınları.
- Koçel T. (1999). *İşletme Yöneticiliği*, İstanbul, Beta Yayınları.
- Kotter, J. P. (1999). *Dönüşüm Çabaları Neden Başarısız Kalıyor?* (Çev. Meral Tüzel), , 1. Baskı, İstanbul: Mess Yayınları.
- Luecke, R. (2009). *Değişim ve Geçiş Dönemini Yönetmek*, (Çev. Şensoy Ümit), 1. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Maurer, R. (1995). *Beyond The Wall Of Resistance: Unconventional Strategies That Build Support For Change*, Texas: Bard Press.
- Onal, G. (2000). *İşletme Yönetimi ve Organizasyonu*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (1996). *Örgütsel Davranış*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Özkara, B. (1999). *Evrimsel ve Devrimsel Örgütsel Değişim*, Afyon: Ofset Matbaacılık.
- Robbins, P. S. (2001). *Organizational Behavior*, New Jersey: Prentice Hall.
- Strebel, P. (1999). *Çalışanlar Değişime Niçin Direnç Gösterir?* (Çev: Meral Tüzel), 1. Baskı, İstanbul: Mess Yayınları.
- Şimsek, Ş. (1999). *Yönetim ve Organizasyon*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Ülgen H. ve Mirze, S. K. (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ülgen, H. (1990). *İşletmelerde Organizasyon İlkeleri ve Uygulaması*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Yeniçeri, Ö. (2002). *Örgütsel Değişimin Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayınları.

## BÖLÜM 8

### İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMASINA YÖNELİK MODELLERİN AĞ YAKLAŞIMI BAKIŞ AÇISIYLA İNCELENMESİ<sup>1</sup>

Şayan BERBER<sup>2</sup>

Esin CAN<sup>3</sup>

#### GİRİŞ

Uluslararasılaşma literatürüne bakıldığında, doksanlı yıllara kadar işletmelerin uluslararasılaşmasının geleneksel modeller olarak bilinen ve işletme ile ev sahibi ülke avantajları üzerine kurulu modeller doğrultusunda yönlendiği görülmektedir. Bu modeller, sürece yayılmakta ve ilk olarak ihracatla başlayıp, aşamalı olarak yurtdışı üretime kadar uzanan bir uluslararası faaliyet yelpazesini işaret etmektedir. Ancak doksanlı yılların ilk yarısı itibarıyla, bu aşamaları takip etmeksizin kısa süreler içerisinde uluslararası hale gelen işletmelerin varlığı ve sayıca artışı dikkat çekici hale gelmiş ve bu değişim, küresel doğan işletme modeli olarak adlandırılan yeni bir uluslararasılaşma modelinin doğuşunu tetiklemiştir.

Günümüz ise, hız çağıdır ve kuruluşlarından itibaren ya da kuruluşlarını takip eden iki-üç yıl içinde dünyayı tek bir pazar olarak gören küresel doğan işletmeler, her geçen gün biraz daha yaygınlaşmaktadır. Küçük ve çeşitli kaynak kısıtlarına sahip, ayrıca yenilik yükümlülüğü ile karşı karşıya olan bu işletmelerin, uluslararasılaşmaya yönelik bahsedilen dezavantajlarını telafi etmede sahip oldukları ağ ilişkileri önemli görülmekte ve “Ağ Yaklaşımı”, uluslararası girişimcilik araştırmaları için güçlü bir çerçeve olarak kabul edilmektedir (McDougall & Oviatt, 2003; Coviello, 2006). Aslında uluslararasılaşma modellerinden sadece küresel doğan

<sup>1</sup> Bu çalışma, 6 Şubat 2020 tarihinde Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalınca kabul edilmiş “Türkiye’deki Küresel Doğan İşletmelerin Erken Uluslararasılaşmasında Ağ İlişkilerinin Rolü” başlıklı doktora tezinden türetilen ve 9-11 Nisan 2019 tarihlerinde KKTC’de gerçekleşen ICO-AEF- V. International Conference On Applied Economics And Finance & Extended With Social Sciences kongresinde sunulan “Uluslararasılaşmada Küresel Doğan İşletme Modelinin Ağ Yaklaşımı Perspektifinden Değerlendirilmesi” başlıklı bildirinin genişletilmiş halidir.

<sup>2</sup> Dr., sayan.berber@gmail.com

<sup>3</sup> Prof. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, eesincan@gmail.com

masında, geleneksel modellerce vurgulanan gerekli pazar bilgisi ve deneyimsel bilginin, işletmelerce uzun zaman beklemek yerine ağ ilişkileri yoluyla elde edilebildiği belirtilmektedir. Ağ ilişkileri, yabancı pazarlarda fırsat keşfinden başlayarak, yabancı pazar bilgisi edinilmesinde, pazar ve giriş yöntemi seçiminde ve işletmenin sonraki gelişimi için gerekli kaynak ve yeteneklerin sağlanmasında küresel doğan işletmeler için etkili olmaktadır.

Diğer yandan, uluslararasılaşmada ağ yaklaşımı perspektifinden yapılan ilk araştırmalar, iş ağlarına odaklanmış olsa da zaman içerisinde, girişimcilik araştırmalarında kullanılan sosyal ağ yaklaşımı bakış açısının da araştırmalara dahil edildiği görülmektedir. Nitekim, büyük çokuluslu işletmelere özgü görülen uluslararası işletmeciliğin, günümüzde küresel doğan işletmelerle beraber, genç ve girişimci işletmelere doğru kaydığı kabul edilmektedir. Küresel doğanlar, uluslararası işletmecilik ve girişimcilik alanlarının kesişiminde, “uluslararası girişimcilik” adı verilen yeni bir disiplinler arası alanın ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Ağ ilişkileri, her boyuttaki işletme için önemli olsa da kaynak kısıtları, küçüklük, meşruiyet eksikliği gibi nedenlerle uluslararası girişimci küresel doğanlar için daha da önem kazanmaktadır. Bu işletmeler için uluslararasılaşmada sahip oldukları kısıtların üstesinden gelebilmek, ancak geliştirdikleri ağ ilişkileri yoluyla mümkün görülmektedir. Bu doğrultuda, uluslararası işletmeciliğin iş ağı perspektifini, girişimciliğin sosyal ağ perspektifi ile bütünleştirerek bu işletmelerin ağ ilişkilerini bütünsel olarak ele almak mümkün hale gelmektedir. Ancak literatürde, iş ağı ve sosyal ağ yaklaşımlarını birlikte kullanan araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle küresel doğan işletmeleri ağ perspektifinden inceleyecek gelecek araştırmalarda, tek yönlü bir bakış açısı yerine, ağ ilişkilerinin karmaşık doğasını açıklığa kavuşturabilmek amacıyla, iş ağı ve sosyal ağ ilişkilerinin entegre edilmesi suretiyle, çift odaklı bir bakış açısı faydalı görülmektedir.

## **KAYNAKLAR**

- Aldrich, H., & Ellen, A. (1986). Even dwarfs started small: Liabilities of age and size and their strategic implications. *Research in Organizational Behavior*, 8, 165–198.
- Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. *California Management Review*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1497761>
- Andersen, O. (1993). On the internationalization process of firms: A critical analysis. *Journal of International Business Studies*, 24, 209–231. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490230>
- Andersen, P. H. (2006). Listening to the global grapevine: SME export managers' personal contacts as a vehicle for export information generation. *Journal of World Business*, 41(1), 81–96. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.006>
- Anderson, J. C., Hakansson, H., & Johanson, J. (1994). Dyadic business relationships within a business network context. *Journal of Marketing*, 58(4), 1. <https://doi.org/10.2307/1251912>
- Andersson, S., & Wictor, I. (2003). Innovative internationalisation in new firms: Born globals - The Swedish case. *Journal of International Entrepreneurship*, 1, 249–276. <https://doi.org/10.1016/j.intren.2003.10.006>

- g/10.1023/A:1024110806241
- Ath, H., & Kartal, B. (2014). Küresel doğan işletmelerde girişimcinin bireysel özelliklerinin erken uluslararasılaşmadaki rolü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39(Ocak), 145–158.
- Autio, E. (2005). Creative tension: The significance of Ben Oviatt's and Patricia McDougall's article 'toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 36(1), 9–19. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400117>
- Axelsson, B., & Johanson, J. (1992). Foreign market entry - the textbook vs. the network view. İçinde B. Axelsson & G. Easton (Ed.), *Industrial Networks A New View of Reality*. (1. edt, pp. 218–231). New York: Routledge.
- Bell, J. (1995). The internationalization of small computer software firms A further challenge to "stage" theories. *European Journal of Marketing*, 29(8), 60–75. <https://doi.org/10.1108/03090569510097556>
- Belso-Martínez, J. A. (2006). Why are some Spanish manufacturing firms internationalizing rapidly? The role of business and institutional international networks. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(3), 207–226. <https://doi.org/10.1080/08985620600565409>
- Bembom, M., & Schwens, C. (2018). The role of networks in early internationalizing firms: A systematic review and future research agenda. *European Management Journal*, 36(6), 679–694. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.03.003>
- Bilkey, W. J., & Tesar, G. (1977). The Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 93–98. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490783>
- Blankenburg, D. (1995). A network approach to foreign market entry. In K. Möller & D. Wilson (Ed.), *Business Marketing: An Interaction And Network Perspective* (ss. 375–411). Boston, Dordrecht, London: Kluwer Academic Publishers.
- Brüderl, J., & Preisendörfer, P. (1998). Network support and the success of newly founded business. *Small Business Economics*, 10(3), 213–225. <https://doi.org/10.1023/A:1007997102930>
- Cavusgil, S. T. (1980). On the internationalization process of firm. *European Research*, 8(6), 273–281. <https://doi.org/10.1038/242427b0>
- Cavusgil, S. T., & Knight, G. (2015). The born global firm : An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, 46, 3–16. <https://doi.org/10.1057/jibs.2014.62>
- Cavusgil, S. T., & Knight, G. A. (2009). *Born Global Firms*. New York: Business Expert Press.
- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2012). *International Business: Strategy, Management and the New Realities* (Second ed.). Pearson.
- Çavuşgil, S. T., Knight, G., & Üner, M. M. (2011). *Türkiye'de Küresel Doğan İşletmeler*. Ankara: Detay Yayınları.
- Çelik, A., Danacı, T., & Onay, M. (2015). Uluslararasılaşmanın markalaşmadaki itici gücü: İnci Akü üzerine bir çalışma. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(43), 47–69.
- Chetty, S., & Blankenburg Holm, D. (2000). Internationalisation of small to medium-sized manufacturing firms: A network approach. *International Business Review*, 9(1), 77–93. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(99\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(99)00030-X)
- Chetty, S., & Campbell-Hunt, C. (2004). A strategic approach to internationalization: A traditional versus a "born-global" approach. *Journal of International Marketing*, 12(1), 57–81. <https://doi.org/10.1509/jimk.12.1.57.25651>
- Chetty, S. K., & Wilson, H. I. M. (2003). Collaborating with competitors to acquire resources. *International Business Review*, 12(1), 61–81. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(02\)00088-4](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(02)00088-4)
- Cook, K. S., & Emerson, R. M. (1978). Power, equity and commitment in exchange networks. *American Sociological Review*, 43(5), 721–739.
- Coviello, N. E. (2006). The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 37(5), 713–731. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400219>
- Coviello, N. E., & Cox, M. P. (2006). The resource dynamics of international new venture networks. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(113), 113–132. <https://doi.org/10.1007/s10843-007-0004-4>

- Coviello, N. E., & Munro, H. J. (1995). Growing the entrepreneurial firm networking for international market development. *European Journal of Marketing*, 29(7), 49–61. <https://doi.org/10.1108/03090569510095008>
- Coviello, N., Kano, L., & Liesch, P. W. (2017). Adapting the Uppsala model to a modern world: Macro-context and microfoundations. *Journal of International Business Studies*, 48(9), 1151–1164. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0120-x>
- Coviello, N., & McAuley, A. (1999). Internationalisation and the smaller firm: a review of contemporary empirical research. *Management International Review*, 39(3), 223–256. <https://doi.org/10.2307/40835788>
- Coviello, N., & Munro, H. (1997). Network relationships and the internationalisation process of small software firms. *International Business Review*, 6(4), 361–386. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(97\)00010-3](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(97)00010-3)
- Czinkota, M. R. (1982). *Export Development Strategies: US Promotion Policies. The International Executive*. New York: Praeger. <https://doi.org/10.1002/tie.5060070408>
- Ellis, P. D. (2000). Social ties and foreign market entry. *Journal of International Business Studies*, 31(3), 443–469.
- Ellis, P. D. (2011). Social ties and international entrepreneurship: Opportunities and constraints affecting firm internationalization. *Journal of International Business Studies*, 42(1), 99–127. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.20>
- Ellis, P., & Pecotich, A. (2001). Social factors influencing export initiation in small and medium-sized enterprises. *Journal of Marketing Research*, 38(1), 119–130. <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.1.119.18825>
- Fina, E., & Rugman, A. M. (1996). A Test of internalization theory and internationalization theory: The Upjohn Company. *MIR: Management International Review*, 36(3), 199–213. <https://doi.org/10.1097/00004583-199405000-00013>
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure : The problem of embeddedness. *The American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Håkansson, H., & Snehota, I. (1995). *Developing Relationships in Business Networks* (1. ed.). London and New York: Routledge.
- Harris, S., & Wheeler, C. (2005). Entrepreneurs' relationships for internationalization: Functions, origins and strategies. *International Business Review*, 14(2), 187–207. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.008>
- Hordes, M. W., Clancy, J. A., & Baddaley, J. (1995). A primer for global start-ups. *Academy of Management Perspectives*, 9(2), 7–11. <https://doi.org/10.5465/AME.1995.9506273262>
- Johanson, J., & Mattsson, L. G. (1988). Internationalisation in industrial systems - A network approach. In Hood and Vahlne (eds), *Strategies in Global Competition* (pp. 287–314). London: Croom Helm. <https://doi.org/10.1057/9781137508829.0011>
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23–32. <https://doi.org/10.2307/254397>
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1992). Management of foreign market entry. *Scandinavian International Business Review*, 1(3), 9–27. [https://doi.org/10.1016/0962-9262\(92\)90002-N](https://doi.org/10.1016/0962-9262(92)90002-N)
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2003). Business relationships learning and commitment in the internationalization process. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(1), 83–101. <https://doi.org/10.1023/A>
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1990). The mechanism of internationalisation. *International Marketing Review*, 7(4), 11–24.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411–1431. <https://doi.org/10.1057/jibs.2009.24>
- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm -four Swedish

- cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305–322.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124–141.
- Knight, G. A., & Cavusgil, T. (1996). The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketing*, 8, 11–26.
- Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). Internationalization: From incremental to born global. *Journal of World Business*, 51(1), 93–102. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.08.011>
- Komulainen, H., Mainela, T., & Tähtinen, J. (2006). Social networks in the initiation of the high tech firm's internationalisation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 6(6), 526–541.
- Larson, A. (1992). Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships. *Administrative Science Quarterly*, 37(1), 76–104. <https://doi.org/10.2307/2393534>
- Larson, A., & Starr, J. A. (1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 5–15. <https://doi.org/10.1177/104225879301700201>
- Madsen, T. K., & Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: An evolutionary process? *International Business Review*, 6(6), 561–583. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(97\)00032-2](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(97)00032-2)
- Manolova, T. S., Manev, I. M., & Gyoshev, B. S. (2010). In good company: The role of personal and inter-firm networks for new-venture internationalization in a transition economy. *Journal of World Business*, 45(3), 257–265. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.09.004>
- McAuley, A. (1999). Entrepreneurial instant exporters in the Scottish arts and crafts sector. *Journal of International Marketing*, 7(4), 67–82. <https://doi.org/10.2307/25048786>
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2003). Some fundamental issues in international entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- McDougall, P. P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing*, 9(6), 469–487. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90017-5)
- Mesquita, L. F., & Lazzarini, S. G. (2008). Horizontal and Vertical Relationship in Developing Economies: Implications for SMEs' Access to Global Markets. *Academy of Management Journal*, 51(2), 359–380.
- Mort, G. S., & Weerawardena, J. (2006). Networking capability and international entrepreneurship. *International Marketing Review*, 23(5), 549–572. <https://doi.org/10.1108/02651330610703445>
- Oviatt, B., & McDougall, P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45–64. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490193>
- Özgen, E., & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition : Effects of mentors , industry networks , and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22, 174–192. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.12.001>
- Reid, S. D. (1981). The decision-maker and export entry and expansion. *Journal of International Business Studies*, 12(2), 101–112.
- Rennie, M. W. (1993). Global competitiveness: Born global. *McKinsey Quarterly*, (4), 45–52.
- Rialp, A., Rialp, J., & Knight, G. A. (2005). The phenomenon of early internationalizing firms: What do we know after a decade (1993-2003) of scientific inquiry? *International Business Review*, 14(2), 147–166. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.006>
- Sapienza, H. J., Autio, E., George, G., & Zahra, S. A. (2006). A capabilities perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth. *Academy of Management Review*, 31(4), 914–933. <https://doi.org/10.5465/AMR.2006.22527465>
- Sharma, D. D., & Blomstermo, A. (2003). The internationalization process of Born Globals: A network view. *International Business Review*, 12(6), 739–753. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2003.05.002>
- Sharma, D. D., & Johanson, J. (1987). Technical consultancy in internationalisation. *International Marketing Review*, 4(4), 20–29.
- Singh, R. P., Hills, G. E., Lumpkin, G. T., & Hybels, R. C. (2000). The entrepreneurial opportunity recognition process: Examining the role of self-perceived alertness and social networks. In *Academy of Management Proceedings* (C. 12, ss. 1–7). <https://doi.org/10.5465/APBPP.2000.5535153>

- Slotte-Kock, S., & Coviello, N. (2010). Entrepreneurship research on network processes: A review and ways forward. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(1), 31–57. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00311.x>
- Smith, A. R., Ryan, P. A., & Collings, D. G. (2012). Born global networks: The role of connectors. *European J. of International Management*, 6(5), 566–589. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2012.049642>
- Styles, C., & Ambler, T. (1994). Successful export practice : The UK experience. *International Marketing Review*, 11(6), 23–47.
- Vahlne, J.-E., & Johanson, J. (2013). The Uppsala model on evolution of the multinational business enterprise – from internalization to coordination of networks. *International Marketing Review*, 30(3), 189–210.
- Vahlne, J., & Johanson, J. (2017). From internationalization to evolution : The Uppsala model at 40 years. *Journal of International Business Studies*, 48(9), 1087–1102. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0107-7>
- Vasilchenko, E., & Morrish, S. (2011). The role of entrepreneurial networks in the exploration and exploitation of internationalization opportunities by information and communication technology firms. *Journal of International Marketing*, 19(4), 88–105. <https://doi.org/10.1509/jim.10.0134>
- Witt, P. (2004). Entrepreneurs' networks and the success of start-ups. *Entrepreneurship and Regional Development*, 16(5), 391–412. <https://doi.org/10.1080/0898562042000188423>
- Zhou, L., Wu, W. P., & Luo, X. (2007). Internationalization and the performance of born-global SMEs: The mediating role of social networks. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 673–690. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400282>

## BÖLÜM 9

# MOBİL BANKACILIK KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BWM VE FUCOM YÖNTEMİYLE ANALİZİ

Arif ÇİLEK<sup>1</sup>  
Onur ŞEYRANLIOĞLU<sup>2</sup>

### GİRİŞ

Finansal hizmetler, toplumun önemli bir kesimine hitap eden kritik bir role sahip olarak yatırımlar ile tasarruflara aracılık rolü, yeni iş ve girişimlere fırsat yaratımı, finansal işlemlerde güvenin tesisi ile yapılan işlemlerin sağlıklı ve etkin yönetimi vb. fonksiyonları ile toplumun finansal gereksinimlerinin karşılanması noktasında önemli bir sektör konumundadır.

Teknolojik yenilikler insanların genel ve profesyonel yaşamında büyük önem taşımaktadır. Teknoloji devriminin gerçekleştiği bu çağda, bilgi teknolojilerinin hızla yaygınlaşması milyonlarca insanın hayatını değiştirerek, ekonomik ve ticari atmosferde büyük değişiklikler meydana getirmeye devam etmektedir. Bununla eşlenik bankacılık sektörü de bilgi teknolojilerindeki bu değişime ayak uydurarak müşterileri için iletişim ve işlemleri hızlandırmaktadır (Qureshi vd., 2008: 2). Telekomünikasyon ve bilgi teknolojilerindeki devrim niteliğindeki gelişmeler bankacılığın öncülüğünde finansal hizmetlerin sunumunu daha çalkantılı ve daha rekabetçi bir hale dönüştürmüştür. Bankalar bu zorluklara, daha iyi ürün ve hizmetler sunarak müşteri memnuniyeti yaratmaya ve aynı zamanda operasyon maliyetlerini en aza indirmeye çalışan yeni bir strateji benimseyerek yanıt vermeye başlamışlardır (Al-Jabri ve Sohail, 2012: 379). Dijital teknolojiler ve internetin gelişimi bireyler, kurumlar ve devletler arası ilişkileri üretim ve tüketim temelinde yeniden biçimlendirmektedir. Dijitalleşme ile birlikte geleneksel iş modelleri terk edilerek yeni iş modellerinin yaratılmasına olanak sağlanmaktadır. Dijitalleşme de en çok finansal hizmetler endüstrisinde etkili olduğu görülmektedir. Gelenek-

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi Giresun Üniversitesi Bulancak UBYO, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, arif.cilek@giresun.edu.tr

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi İİBF, İşletme, onur.seyranlioglu@giresun.edu.tr

## KAYNAKLAR

- Al-Jabri, I. M., & Sohail, M.S. (2012). Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13, 379-391. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2523623>
- Altunöz, U. (2016). Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yönelik Davranışlarının İncelenmesi: Kümeleme Analizi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(4), 132-141. [http://www.ressjournal.com/Makaleler/938286560\\_9%20Utku%20altun%c3%b6z.pdf](http://www.ressjournal.com/Makaleler/938286560_9%20Utku%20altun%c3%b6z.pdf)
- Al-Weshah, G. A. (2013). The role of internet banking in continuous improvement areas: quantitative evidence from Jordanian banks. *International Journal of Business Performance Management*, 14(2), 181-196. <https://doi.org/10.1504/IJBPM.2013.052950>
- AT Kearney, (2012). *Inside Tomorrow's Retail Bank*, 27.02.2023 tarihinde [https://www.kearney.com/documents/291362523/291365060/Inside\\_Tomorrows\\_Retail\\_Bank.pdf/14052150-964f-e0ff-11cc-2b31155d7a90?t=1626145006000](https://www.kearney.com/documents/291362523/291365060/Inside_Tomorrows_Retail_Bank.pdf/14052150-964f-e0ff-11cc-2b31155d7a90?t=1626145006000) adresinden erişilmiştir.
- Ayçin, E., & Aşan, H. (2021). İş Zekâsı Uygulamaları Seçimindeki Kriterlerin Önem Ağırlıklarının FUCOM Yöntemi ile Belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 195-208. <https://doi.org/10.33707/akuiibfd.903563>
- Badi, I., Muhammad, L. J., Abubakar, M., & Bakır, M. (2022). Measuring Sustainability Performance Indicators Using FUCOM-MARCOS Methods. *Operational Research in Engineering Sciences: Theory and Applications*, 5(2), 99-116. <https://doi.org/10.31181/oresta040722060b>
- Bankole, O., & Cloete, E. (2011). Mobile Banking: A Comparative Study of South Africa and Nigeria. *IEEE Africon '11*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/AFRCON.2011.6072178>
- Barışık, S. & Temel, H. (2007). İnternet Bankacılığı Kullanımında Güvenlik Unsurlarının Bilinirliği (Anket Uygulamasına Dayalı Spss Çözümlemesi). *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 136-160. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kmusekad/issue/10223/125679>
- Berber, M., & Nakiboğlu, A. (2021). Bireysel Banka Müşterilerinin Online Bankacılığa Yönelik Tutum ve Davranışlarının İncelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 32-48. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.873169>
- Bilgiç, S., Torğul, B., & Paksoy, T. (2021). Sürdürülebilir Enerji Yönetimi İçin Bwm Yöntemi ile Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Değerlendirilmesi. *Verimlilik Dergisi*, (2), 95-110. <https://doi.org/10.51551/verimlilik.663721>
- Bozanic, D., Tešić, D., & Kočić, J. (2019). Multi-Criteria FUCOM–Fuzzy MABAC Model for the Selection of Location for Construction of Single-Span Bailey Bridge. *Decision Making: Applications In Management and Engineering*, 2(1), 132-146. <https://doi.org/10.31181/dmame1901132b>
- Çalık, A. (2020). Hedef Pazar Seçimi için Hibrit BWM-ARAS Karar Verme Modeli. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (3), 196-210. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.646115>
- Çetinkaya, V., & Akdaş, O. (2022). Measuring The Importance Of Warehouse Location Selection Criteria Using Best-Worst Method. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 291-305. <https://doi.org/10.18613/deudfd.1035664>
- Chaouali, W., Souiden, N., & Ladhari, R. (2017). Explaining Adoption of Mobile Banking with the Theory of Trying, General Self-Confidence, and Cynicism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 57-67. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.11.009>
- Chauhan, D. M. (2012). A Study on Customer Perception Towards Mobile Banking: Technology Adoption and Challenges. *Indian Streams Research Journal*, 2, 10, 1-4.
- Cheah, C. M., Teo, A. C., Sim, J. J., Oon, K. H., & Tan, B. I. (2011). Factors Affecting Malaysian Mobile Banking Adoption: An Empirical Analysis. *International Journal of Network and Mobile Technologies*, 2(3), 149-160.
- Cruz, P., Barretto Filgueiras Neto, L., Muñoz-Gallego, P., & Laukkanen, T. (2010). Mobile Banking Rollout in Emerging Markets: Evidence from Brazil. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 342-371. <https://doi.org/10.1108/02652321011064881>

- Dayı, F., & Çilesiz, A. (2022). BİST'e Kayıtlı Tekstil, Giyim Eşyası ve Deri Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Finansal Performanslarının BWM Tabanlı TOPSIS Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (1), 355-373. <https://doi.org/10.33206/mjss.819025>
- Demir, G. (2021). E-Devlet Web Sitelerinin Bulanık FUCOM ile Değerlendirilmesi. *International Journal Of Economic and Administrative Academic Research*, 1(2), 41-53.
- Demir, G., & Bircan, H. (2020). Kriter Ağırlıklandırma Yöntemlerinden BWM ve FUCOM Yöntemlerinin Karşılaştırılması ve Bir Uygulama. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 170-185. <https://doi.org/10.37880/cumuiibf.616766>
- Demir, G., Damjanović, M., Matović, B., & Vujadinović, R. (2022). Toward sustainable urban mobility by using fuzzy-FUCOM and fuzzy-CoCoSo methods: the case of the SUMP podgorica. *Sustainability*, 14(9), 4972. <https://doi.org/10.3390/su14094972>
- Deng, Z., Lu, Y., Deng, S., & Zhang, J. (2010). Exploring User Adoption of Mobile Banking: An Empirical Study in China. *International Journal of Information Technology and Management*, 9(3), 289-301. <https://doi.org/10.1504/IJITM.2010.030945>
- Devadevan, V. (2013). Mobile Banking in India: Issues & Challenges. *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, 3 (6), 516-520.
- Doğan, M., Rana, Ş., & Yılmaz, V. (2015). İnternet Bankacılığına İlişkin Davranışların Planlanmış Davranış Teorisi ve Teknoloji Kabul Modeli Kullanılarak Önerilen Bir Yapısal Eşitlik Modeliyle İncelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 1-22. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/202542>
- Dorđević, D., Stojić, G., Stević, Ž., Pamučar, D., Vulević, A., & Mišić, V. (2019). A New Model for Defining the Criteria Of Service Quality In Rail Transport: The Full Consistency Method Based On A Rough Power Heronian Aggregator. *Symmetry*, 11(8), 992. <https://doi.org/10.3390/sym11080992>
- Durmić, E., Stević, Ž., Chatterjee, P., Vasiljević, M., & Tomašević, M. (2020). Sustainable Supplier Selection Using Combined FUCOM-Rough SAW Model. *Reports in Mechanical Engineering*, 1(1), 34-43. <https://doi.org/10.31181/rme200101034c>
- Ecer, F. (2020). *Çok kriterli karar verme geçmişten günümüze kapsamlı bir yaklaşım*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Ecer, F. (2021). FUCOM subjektif ağırlıklandırma yöntemi ile rüzgâr çiftliği yer seçimini etkileyen faktörlerin analizi. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 27(1), 24-34. <https://doi.org/10.5505/pajes.2020.93271>
- Ecer, F. (2021). Sürdürülebilir Tedarikçi Seçimi: FUCOM Subjektif Ağırlıklandırma Yöntemi Temelli MAIRCA Yaklaşımı. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 26-48. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.691693>
- Erceg, Ž., Starčević, V., Pamučar, D., Mitrović, G., Stević, Ž., & Žikić, S. (2019). A New Model For Stock Management in Order to Rationalize Costs: ABC-FUCOM-Interval Rough Cocosmo Model. *Symmetry*, 11(12), 1527. <https://doi.org/10.3390/sym11121527>
- Fazlollahtabar, H., Smailbašić, A., & Stević, Ž. (2019). FUCOM Method in Group Decision-Making: Selection of Forklift in A Warehouse. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 2(1), 49-65. <https://doi.org/10.31181/dmame1901065f>
- Feizi, F., Karbalaee-Ramezani, A. A., & Farhadi, S. (2021). FUCOM-MOORA and FUCOM-MOOSRA: New MCDM-Based Knowledge-Driven Procedures for Mineral Potential Mapping in Greenfields. *SN Applied Sciences*, 3, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s42452-021-04342-9>
- Genç, V., Özdağoğlu, A., & Keleş, M. K. (2022). Otomobil Motor Yağı Alternatiflerinin FUCOM, MAIRCA, MABAC ve BWM Yöntemleri ile Değerlendirilmesi. *Journal of Transportation and Logistics*, 7 (1), 55-82. <https://doi.org/10.26650/JTL.2022.1020313>
- Gölcük, İ., Durmaz, E. D., & Şahin, R. (2022). Bulanık FUCOM ve Bulanık Çizge Teorisi-Matris Yaklaşımı ile İş Güvenliği Risklerinin Önceliklendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 38 (1), 57-70. <https://doi.org/10.17341/gazimmfd.970514>

- Görçün, Ö. F., & Küçükönder, H. (2022). BWM ve CoCoSo Yöntemleri ile Kentlerin Ulaşım Performanslarının Karşılaştırmalı Analizi. *İdealkent*, 13 (36), 824-856. <https://doi.org/10.31198/idealkent.1028556>
- Gu, J., Lee, S., & Suh, Y. (2009). Determinants of Behavioral Intention to Mobile Banking. *Expert Systems with Applications*, 36, 11605–11616. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>
- Gupta, H. (2018). Evaluating Service Quality of Airline Industry Using Hybrid Best Worst Method and VIKOR. *Journal of Air Transport Management*, 68, 35-47. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.06.001>
- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Koshksaray, A. A., & Tabar, M. J. S. (2014). Mobile-Banking Adoption by Iranian Bank Clients. *Telematics and Informatics*, 31(1), 62-78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.11.001>
- Hoan, P., & Ha, Y. (2021). ARAS-FUCOM Approach for VPAF Fighter Aircraft Selection. *Decision Science Letters*, 10(1), 53-62. <http://dx.doi.org/10.5267/j.dsl.2020.10.004>
- Ibrahimović, F. I., Kojić, S. L., Stević, Ž. R., & Erceg, Ž. J. (2019). Making An Investment Decision in A Transportation Company Using An Integrated FUCOM-MABAC Model. *Tehnika*, 74(4), 577-584. <https://doi.org/10.5937/tehnika1904577I>
- İşık, Ö. (2022). Gri Entropi, FUCOM ve EDAS-M Yöntemleriyle Türk Lojistik Firmalarının Çok Kriterli Performans Analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(66), 472-489. <https://doi.org/10.19168/jyasar.939276>
- Jafari-Sirizi, R., Oshnooei-Nooshabadı, A., Khabbazi-Kenari, Z., & Sadeghi, A. (2022). Determination of The Quality of Life Using Hybrid BWM-TOPSIS Analysis: Case Study of Tabriz (District 1,2,3 and 8), Iran. *Türkiye Uzaktan Algılama Dergisi*, 4 (1), 7-17. <https://doi.org/10.51489/tuzal.1066578>
- Kaya, F. & Arslan, T. R. (2016). İnternet Bankacılığında Müşterilerin Banka Tercihlerine Etki Eden Faktörler: Bolu İlinde Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma . *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 8 (15), 423-449. <https://doi.org/10.14784/marufacd.266474>
- Kheybari, S., Kazemi, M., & Rezaei, J. (2019). Bioethanol Facility Location Selection Using Best-Worst Method. *Applied Energy*, 242, 612-623. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2019.03.054>
- Khosravi, M., Haqbin, A., Zare, Z., & Shojaei, P. (2022). Selecting the Most Suitable Organizational Structure for Hospitals: An Integrated Fuzzy FUCOM-MARCOS Method. *Cost Effectiveness and Resource Allocation*, 20(1), 1-16. <https://doi.org/10.1186/s12962-022-00362-3>
- Koca, G., Eğilmez, Ö., Demir, E., Karamaşa, Ç., & Gökcan, H. (2022). Analysis of Drivers and Challenges in Circular Economy with SWARA and BWM Methods in Clothing Sector. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 763-787. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.822067>
- Korkulu, A., Oktay, E., & Akan, Y. (2018). Mobil Bankacılık Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Araştırılması: Atatürk Üniversitesi Akademik Personel Üzerine Bir Uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 18. EYİ Özel Sayısı, 553-564. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.348007>
- Kurt, K., & Turan, A. H. (2017). Mobil Bankacılık Uygulamalarının Benimsenmesine Yönelik Davranışsal Niyetleri Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 5(3), 25-58. <https://doi.org/10.22139/jobs.343053>
- Lema, A. (2017) Factors Influencing the Adoption of Mobile Financial Services in the Unbanked Population. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 12, 37-51.
- Liao, H., Mi, X., Yu, Q., & Luo, L. (2019). Hospital Performance Evaluation by A Hesitant Fuzzy Linguistic Best Worst Method with Inconsistency Repairing. *Journal of Cleaner Production*, 232, 657-671. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.308>
- Mahendra, G. S. (2022). Decision Support System Using Fucom-Marcos for Airline Selection In Indonesia. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)*, 8(1), 1-9. <https://doi.org/10.33480/jitk.v8i1.2219>
- Makanyeza, C. (2017). Determinants Of Consumers' Intention to Adopt Mobile Banking Services in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35 (6), 997-1017. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2016-0099>

- Matić, B., Jovanović, S., Das, D. K., Zavadskas, E. K., Stević, Ž., Sremac, S., & Marinković, M. (2019). A New Hybrid MCDM Model: Sustainable Supplier Selection in A Construction Company. *Symmetry*, 11(3), 353. <https://doi.org/10.3390/sym11030353>
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F.J. (2017). Determinants of Intention to Use the Mobile Banking Apps: An Extension of the Classic TAM Model. *Spanish Journal of Marketing*, 27, 25-38. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.12.001>
- Noor, M. M. (2011). Determining Critical Success Factors of Mobile Banking Adoption in Malaysia. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 252-265.
- Ocampo, L. (2022). Full Consistency Method (FUCOM) and Weighted Sum Under Fuzzy Information for Evaluating the Sustainability of Farm Tourism Sites. *Soft Computing*, 26(22), 12481-12508. <https://doi.org/10.1007/s00500-022-07184-8>
- Öz, İ. (2022). Decision Making in Evaluation and Selection of Launch Site with The Best and Worst Method. *Gazi University Journal of Science*, 35 (4), 1521-1533. <https://doi.org/10.35378/gujs.721823>
- Özdağoğlu, A., Keleş, M. K., & Işıldak, B., (2020). Isparta Süleyman Demirel Havalimanını Kullanan Havaolu Firmaları Performanslarının BWM, MAIRCA VE MABAC ile Değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 29, 175-194. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.711974>
- Öztürk, M., Torğul, B., & Paksoy, T. (2022). Interval Type-2 Fuzzy Rule-Based Bwm Approach For Sustainable Supplier Selection. *Konya Journal of Engineering Sciences*, 10 (2), 312-336. <https://doi.org/10.36306/konjes.991295>
- Paçan Özcan, H., Sabah Çelik, Ş., & Özer, A. (2019). Bireysel Müşterilerin Mobil Bankacılık Kullanım Niyetini Etkileyen Faktörler. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*. 9 (2), 475-506. <https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.590493>
- Pamucar, D., Ecer, F., & Deveci, M. (2021). Assessment of Alternative Fuel Vehicles for Sustainable Road Transportation of United States Using Integrated Fuzzy FUCOM and Neutrosophic Fuzzy MARCOS Methodology. *Science of The Total Environment*, 788, 147763. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147763>
- Pamuçar, D., Željko, S., & Sremac, S. (2018). A new model for determining weight coefficients of criteria in mcdm models: Full Consistency Method (FUCOM). *Symmetry*, 10(393), 2-22. <https://doi.org/10.3390/sym10090393>
- Peker, B. N., & Görener, A. (2022). Tesis Yeri Seçiminde Kriterlerin Önem Ağırlıklarının Bulanık Fucom Yöntemiyle Belirlenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (45), 1512-1536. <https://doi.org/10.46928/iticusbe.1212318>
- Puşka, A., Stojanović, I., & Maksimović, A. (2019). Evaluation of Sustainable Rural Tourism Potential in Brcko District of Bosnia and Herzegovina Using Multi-Criteria Analysis. *Operational Research in Engineering Sciences: Theory and Applications*, 2(2), 40-54. <https://doi.org/10.31181/orista190261p>
- Qureshi, T. M., Zafar, M. K., & Khan, M. B. (2008). Customer Acceptance of Online Banking in Developing Economies. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 13(1), 1-9.
- Rezaei, J. (2015). Best-worst multi-criteria decision-making method. *Omega*, 53, 49-57. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2014.11.009>
- Rezaei, J., Wang, J., & Tavasszy, L. (2015). Linking Supplier Development to Supplier Segmentation Using Best Worst Method. *Expert Systems with Applications*, 42(23), 9152-9164. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2015.07.073>
- Sakala, L., & Phiri, J. (2019). Factors Affecting Adoption and Use of Mobile Banking Services in Zambia Based on TAM Model. *Open Journal of Business and Management*, 7, 1380-1394. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2019.73095>
- Salihoglu, E., & Karakis, E. (2022). Finansal Piyasalarda Blockchain Teknolojisinin Benimsenmesinde Kritik Faktörler: Best-Worst Yöntemi (BWM) ile Bir Değerlendirme. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 7 (19), 448-467. <https://doi.org/10.25204/iktisad.1144309>

- Salimi, N. (2017). Quality Assessment of Scientific Outputs Using The BWM. *Scientometrics*, 112(1), 195-213. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2284-3>
- Salimi, N., & Rezaei, J. (2016). Measuring Efficiency of University-Industry Ph. D. Projects Using Best Worst Method. *Scientometrics*, 109(3), 1911-1938. <https://doi.org/10.1007/s11192-016-2121-0>
- Şenyiğit, E., & Ünal, Z. (2019). BWM-MOPA Yöntemi ile En İyi RFID Sisteminin Belirlenmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, Özel Sayı 2019, 9-14. <https://doi.org/10.31590/ejosat.636169>
- Shaikh, A. A. (2013). Mobile Banking Adoption Issues in Pakistan and Challenges Ahead. *Journal of the Institute of Bankers Pakistan*, 80(3), 12-15.
- Sharma, S. K., Govindaluri, S. M., Muharrami, S. M., & Tarhini, A. (2017). A Multi-Analytical Model for Mobile Banking Adoption: A Developing Country Perspective. *Review of International Business and Strategy*, 27(1), 133-148. <https://doi.org/10.1108/RIBS-11-2016-0074>
- Simić, J. M., Stević, Ž., Zavadskas, E. K., Bogdanović, V., Subotić, M., & Mardani, A. (2020). A Novel CRITIC-Fuzzy FUCOM-DEA-Fuzzy MARCOS Model for Safety Evaluation of Road Sections Based on Geometric Parameters of Road. *Symmetry*, 12, 2-28. <https://doi.org/10.3390/sym12122006>
- Simpson, J. (2002). The impact of the Internet in banking: observations and evidence from developed and emerging markets. *Telematics and Informatics*, 19(4), 315-330. [https://doi.org/10.1016/S0736-5853\(01\)00019-3](https://doi.org/10.1016/S0736-5853(01)00019-3)
- Şimşek Yağlı, B., & Zengin Taşdemir, S. (2023). Bütünleşik BWM ve TOPSIS Yöntemleri Kullanılarak OPEC Üyesi Ülkeler İçin Kurumsal Gelişmişlik Analizi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 119-135. <https://doi.org/10.25287/ohuibf.1103498>
- Skinner, C. (2014). *Digital Bank: Strategies to Launch or Become A Digital Bank*. Marshall Cavendish International Asia Pte Ltd.
- Sofuoğlu, M. A. (2020). Fuzzy Applications of FUCOM Method in Manufacturing Environment. *Politeknik Dergisi*, 23 (1), 189-195. <https://doi.org/10.2339/politeknik.586036>
- Stević, Ž., & Brković, N. (2020). A Novel Integrated FUCOM-MARCOS Model for Evaluation of Human Resources in A Transport Company. *Logistics*, 4(1), 4. <https://doi.org/10.3390/logistics4010004>
- Taşkent, M. C., & Kılıç Delice, E. (2021). Bulanık FUCOM Metodu ile Tedarikçi Değerlendirme Kriterlerinin Ağırlıklarının Belirlenmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, Özel Sayı 2021 (ICAENS), 863-868. <https://doi.org/10.31590/ejosat.1011756>
- Terzi, N. (2017). *Küresel Finansa Güncel Konular*, İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Tezsürücü Coşansu, D., & Okursoy, A. (2022). Financial Performance Analysis of Retail Trade Firms Registered in BIST with FUCOM Based VIKOR Method. *Alphanumeric Journal*, 10 (2), 223-235. <https://doi.org/10.17093/alphanumeric.1205322>
- Titu, M. A. S., & Rahman, M. A. (2013). Online banking system-its application in some selected private commercial banks in Bangladesh. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) e-ISSN*, 37-44. <https://doi.org/10.9790/487x-0943744>
- Ulu, M., Türkan, Y. S., & Mengüç, K. (2022). Trafik Kazalarını Etkileyen Faktörlerin Ağırlıklarının BWM ve SWARA Yöntemleri ile Belirlenmesi. *Akıllı Ulaşım Sistemleri ve Uygulamaları Dergisi*, 5 (2), 227-238. <https://doi.org/10.51513/jitsa.1084833>
- Ulutaş, A. (2020). The Analysis of the Importance of the Criteria Used in the Selection of Transport Vehicle According to Cargo Companies by BWM. *Equinox Journal of Economics Business and Political Studies*, 7 (2), 127-140.
- Uzundağ, Ş. (2013). *Türkiye'de İnternet Bankacılığının Gelişimi ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Davranışları Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.
- Van de Kaa, G., Rezaei, J., Taebi, B., Van de Poel, I., & Kizhakenath, A. (2020). How to Weigh Values in Value Sensitive Design: A Best Worst Method Approach for the Case of Smart Metering. *Science and Engineering Ethics*, 26(1), 475-494. <https://doi.org/10.1007/s11948-019-00105-3>
- Wu, F., & Yen, Y. (2014) Factors Influencing the Use of Mobile Financial Services: Evidence from Taiwan. *Modern Economy*, 5, 1221-1228. <http://dx.doi.org/10.4236/me.2014.513113>

- Xu, D., Ren, J., Dong, L., & Yang, Y. (2020). Portfolio Selection Of Renewable Energy-Powered Desalination Systems With Sustainability Perspective: A Novel MADM-Based Framework Under Data Uncertainties. *Journal of Cleaner Production*, 25(1), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124114>
- Yazdani, M., Chatterjee, P., Pamucar, D., & Chakraborty, S. (2020). Development of An Integrated Decision-Making Model for Location Selection of Logistics Centers in the Spanish Autonomous Communities. *Expert Systems with Applications*, 148, 113208. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.113208>
- Zavadskas, E. K., & Podvezko, V. (2016). Integrated determination of objective criteria weights in MCDM. *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 15(02), 267-283. <https://doi.org/10.1142/S0219622016500036>
- Zhou, T. (2011). An Empirical Examination of Initial Trust in Mobile Banking. *Internet Research*, 21(5), 527-540. <https://doi.org/10.1108/10662241111176353>

## BÖLÜM 10

# SÜREÇ ENDÜSTRİLERİNDE PARTİ BÜYÜKLÜĞÜ BELİRLEME VE ÇİZELGELEME PROBLEMİNİN İNCELENMESİ<sup>1</sup>

Fatma DEMİRCAN KESKİN<sup>2</sup>  
Haluk SOYUER<sup>3</sup>

### GİRİŞ

Günümüz rekabet koşullarında işletmeler müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilme ve memnuniyetlerini sağlama baskısını çok yoğun şekilde hissetmektedir. Bu baskı altında talep belirsizliklerini yönetmeye çalışmak, bu sürecin doğru yönetilememesi sonucunda, bazı ürünlerde stoksuz kalma bazı ürünlerde ise çok fazla stok tutma durumuna neden olabilmektedir. Müşteri memnuniyeti ile maliyetler arasındaki dengenin sağlanabilmesinde üretim planlama ve çizelgeleme kritik öneme sahiptir. Üretim planlama ile tahminlenen talebe bağlı olarak üretim kaynaklarının gelecekte ne şekilde kullanılacağı belirlenmektedir. Üretim çizelgelemede ise, belirlenmiş olan performans kriterlerini en iyi şekilde karşılamak amaçlanarak, hangi işlerin hangi zaman aralığında hangi sıra ile hangi kaynaklara atanması gerektiğine karar verilmektedir.

Üretim çizelgeleme problemleri, ele alındıkları süreçlerin yapısı ve endüstrinin özelliklerinden etkilenen problemlerdir. Bu nedenle üretim çizelgeleri oluşturulurken, ele alınan üretim sisteminin özellikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Çok genel anlamda üretim endüstrileri kesikli üretim ve süreç endüstrileri olmak üzere sınıflandırılabilir. Kesikli üretim endüstrilerinde, yüksek çeşitlilikte özelleştirilmiş ürünler üretilmekte ve ürünler birbirlerinden ayırt edilebilmektedir. Süreç endüstrileri ise üretimin fiziksel ya da kimyasal reaksiyonlar yolu ile gerçekleştirildiği, ürünlerin bileşenlerine ayıramadığı ve adetler halinde ifade edilemediği endüstrilerdir.

<sup>1</sup> Bu kitap bölümü Fatma Demircan Keskin'in "SÜREÇ ENDÜSTRİLERİNDE HİBRİT ÜRETİM TİPİ İÇİN ÇİZELGELEME MODELİ" başlıklı doktora tezine dayalı olarak üretilmiştir.

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, fatma.demircan.keskin@ege.edu.tr

<sup>3</sup> Prof. Dr., Ege Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, haluk.soyuer@ege.edu.tr

larının endüstrinin birçoğunda stoklama alanı ve süresi ile ilgili kısıtların bulunması, enerji tüketiminin yüksek olması ve zamana bağlı olarak enerji maliyetinin değişkenlik gösteriyor olması yer almaktadır.

Literatürde parti büyüklüğü belirleme ve çizelgeleme problemleri için geliştirilen modeller arasında CLSP, DLSP, CSLP, PLSP, GLSP ve BSP en öne çıkanlardır. Aynı zamanda bu modellerin çeşitli varyasyonları ve birden çok modelin birlikte kullanıldığı da gözlemlenmektedir. Süreç endüstrilerinde parti büyüklüğü belirleme ve çizelgeleme problemlerinde en yaygın olarak GLSP ve CLSP'nin uygulandığı dikkat çekmektedir.

## KAYNAKLAR

- Abdullah, F. (2003). Lean manufacturing tools and techniques in the process industry with a focus on steel. PhD thesis, University of Pittsburgh.
- Abdulmalek, F. A., Rajgopal, J., Needy, K. L. (2006). A Classification Scheme for the Process Industry to Guide the Implementation of Lean. *Engineering Management Journal*, 18 (2), 15-25.
- Akkerman, R., Van Donk, D.P. (2009). Analyzing scheduling in the food-processing industry: structure and tasks. *Cognition, Technology & Work*, 11 (3), 215-226.
- Almada-Lobo, B., Klabjan, D., Antnia Carravilla, M., et al. (2007). Single machine multi-product capacitated lot sizing with sequence-dependent setups. *International Journal of Production Research*, 45(20): 4873-4894.
- Almada-Lobo, B., Oliveira, J. F., Carravilla, M.A. (2008). A note on “the capacitated lot-sizing and scheduling problem with sequence-dependent setup costs and setup times. *Computers & Operations Research*, 35, 1374 – 1376.
- Araujo, S. A., Arenales, M. N., Clark, A. R. (2007). Joint rolling-horizon scheduling of materials processing and lot-sizing with sequence-dependent setups. *Journal of Heuristics*, 13(4), 337-358.
- Ashayeri, J., Teelen, A., Selen, W. (1995). Computer integrated manufacturing in the chemical industry: Theory and Practice. *CentER Discussion Paper*, 1995 (7): 1-10.
- Brahimi, N., Dauzere-Peres, S., Najid, N. M., et al. (2006). Single Item Lot Sizing Problems. *European Journal of Operational Research*, 168: 1-16.
- Briskorn, D., Zeise, P. (2019). A cyclic production scheme for the synchronized and integrated two-level lot-sizing and scheduling problem with no-wait restrictions and stochastic demand. *OR Spectrum*, 41(4), 895-942.
- Brüggemann, W. Jahnke, H. (2000). The discrete lot-sizing and scheduling problem: Complexity and modification for batch availability. *European Journal of Operational Research*, 124, 511-528.
- Buschkühl, L., Sahling, F., Helber, S., et al. (2010). Dynamic capacitated lot-sizing problems: a classification and review of solution approaches. *OR Spectrum*, 32, 231-261.
- Camargo, V. C. B. D., Toledo, F. M. B., Almada-Lobo, B. (2012). Three time-based scale formulations for the two-stage lot sizing and scheduling in process industries. *Journal of the Operational Research Society*, 63(11), 1613-1630.
- Castro, P. M., Dogan, M.E., Grossmann, I.E. (2008). Simultaneous Batching and Scheduling of Single Stage Batch Plants with Parallel Units. *AIChE Journal*, 54(1), 183-193.
- Cattrysse, D., Salomon, M., Kuik, R., et al. (1993). A Dual Ascent and Column Generation Heuristic for the Discrete Lotsizing and Scheduling Problem with Setup Times. *Management Science*, 39(4), 477-486.
- Clark, A. R., Clark, S. J. (2000). Rolling-horizon lot-sizing when set-up times are sequence-dependent. *International Journal of Production Research*, 38(10), 2287-2307.
- Craig, I., Aldrich, C., Braatz, R., et al. (2011). Control in the Process Industries, in “The Impact of Control Technology, In T. Samad & A.M. Annaswamy (Eds.), *IEEE Control Systems Society*,

- (pp.21-34).
- Crawford, S., MacCarthy, B.L., Wilson, J.R., et al. (1999). Investigating the Work of Industrial Schedulers through Field Study. *Cognition, Technology & Work*, 1: 63-77.
- Dobson, G., Nambimadom, R.S. (2001). The Batch Loading and Scheduling Problem. *Operations Research*, 49(1), 52-65.
- Doğan, M.E., Grossmann, I.E. (2007). Optimal Production Planning Models for Parallel Batch Reactors with Sequence-dependent Changeovers. *AIChE Journal*, 53(9), 2284-2300.
- Drexl, A., Haase, K. (1995). Proportional Lotsizing and Scheduling. *International Journal of Production Economics*, 40, 73-87.
- Drexl, A., Kimms, A. (1997). Lot sizing and scheduling - Survey and extensions. *European Journal of Operational Research*, 99, 221-235.
- Fandel, G., Stammen-Hegene, C. (2006). Simultaneous lot sizing and scheduling for multi-product multi-level production. *International Journal of Production Economics*, 104, 308-316.
- Ferreira, D., Morabito, R., Rangel, S. (2009). Solution approaches for the soft drink integrated production lot sizing and scheduling problem. *European Journal of Operational Research*, 196, 697-706.
- Ferris, M., Sundaramoorthy, A., Maravelias, C.T. (2009). Simultaneous Batching and Scheduling Using Dynamic Decomposition on a Grid. *INFORMS Journal on Computing*, 21(3), 398 - 410.
- Figueira, G., Amorim, P., Guimarães, L., et al. (2015). A decision support system for the operational production planning and scheduling of an integrated pulp and paper mill. *Computers & Chemical Engineering*, 77, 85-104.
- Flapper, S.D.P., Fransoo, J.C., Broekmeulen, R.A.C.M., et al. (2002). Planning and control of rework in the process industries: A review. *Production Planning & Control*, 13 (1), 26-34.
- Fleischmann, B., Meyr, H. (1997). The general lotsizing and scheduling problem. *OR Spektrum*, 19, 11-21.
- Fransoo, J. C., Rutten, W.G.M.M. (1994). A Typology of Production Control Situations in Process Industries. *International Journal of Operations & Production Management*, 14 (12), 47 - 57.
- Gicquel, C., Minoux, M., Dallery, Y. (2009). On the discrete lot-sizing and scheduling problem with sequence-dependent changeover times. *Operations Research Letters*, 37, 32-36.
- Gicquel, C., Minoux, M., Dallery, Y. (2011). Exact solution approaches for the discrete lot-sizing and scheduling problem with parallel resources. *International Journal of Production Research*, 49(9), 2587-2603.
- Gopalakrishnan, M. (2000). A modified framework for modelling set-up carryover in the capacitated lotsizing problem. *International Journal of Production Research*, 38(14), 3421-3424.
- Gopalakrishnan, M., Miller, D.M., Schmidt, C.P. (1995). A framework for modelling setup carryover in the capacitated lot sizing problem. *International Journal of Production Research*, 33(7), 1973-1988.
- Gopalakrishnan, M., Ding, K., Bourjolly, J.M., et al. (2001). A tabu-search heuristic for the capacitated lot-sizing problem with set-up carryover. *Management Science*, 47, 851-863.
- Graves, S. C. (1981). A Review of Production Scheduling. *Operations Research*, 29 (4), 646-675.
- Gunasekaran, A. (1998). Concurrent engineering: a competitive strategy for process industries. *Journal of the Operational Research Society*, 49, 758-765.
- Gupta, D., Magnusson, T. (2005). The capacitated lot-sizing and scheduling problem with sequence-dependent setup costs and setup times. *Computers & Operations Research*, 32, 727-747.
- Günther, H-O., Van Beek, P. (2003). Advanced Planning and Scheduling Solutions in Process Industry. In Günther, H-O. & Van Beek, P. (Eds.), *Advanced Planning and Scheduling Solutions in Process Industry* (pp. 1-7). Springer, Berlin.
- Haase, K. (1994). Lotsizing and Scheduling for Production Planning. *Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems*, 408, 1-8.
- Haase, K. (1996). Capacitated lot-sizing with sequence dependent setup costs. *OR Spektrum*, 18, 51-59.
- Heizer, J., Render, B. (2006). *Operations Management*. (8th Edition). Prentice Hall

- Jans, R., Degraeve, Z. (2004). An industrial extension of the discrete lot-sizing and scheduling problem. *IIE Transactions*, 36, 47–58.
- Jovan, V. (2002). The Specifics of Production Scheduling in Process Industries. *IEEE International Conference on Industrial Technology*, 11 -14 December 2002, 2: 1049- 1054.
- Kaczmarczyk, V. (2011). Proportional lot-sizing and scheduling problem with identical parallel machines. *International Journal of Production Research*. 49(9), 2605–2623.
- Karimi, B., Ghomi, S.M.T.F., Wilson, J.M. (2003). The capacitated lot sizing problem: a review of models and algorithms. *The International Journal of Management Science*, 31, 365-378.
- Kılıç, O. A. (2011). Planning and scheduling in process industries considering industry-specific characteristics. PhD Thesis, University of Groningen.
- Kimms, A. (1996). Multi-level, single-machine lot sizing and scheduling (with initial inventory). *European Journal of Operations Research*, 89, 86-99.
- Kimms, A. (1999). A genetic algorithm for multi-level, multi-machine lot sizing and scheduling. *Computers & Operations Research*, 26, 829-848.
- Kimms, A., Drexl, A. (1998a). Proportional Lot Sizing and Scheduling: Some Extensions. *Networks*, 32(2), 85–101.
- Kimms, A., Drexl, A. (1998b). Some Insights into Proportional Lot Sizing and Scheduling. *The Journal of the Operational Research Society*, 49(11), 1196-1205.
- Koçlar, A. (2005). The General Lot Sizing and Scheduling Problem with Sequence Dependent Changeovers. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Koçlar, A., Süral, H. (2005). A note on The general lot sizing and scheduling problem. *OR Spectrum*, 27, 145-146.
- Kvarnström, B., Oghazi, P. (2008). Methods for traceability in continuous processes–Experience from an iron ore refinement process. *Minerals Engineering*, 21, 720–730.
- Kvarnström, B., Vanhatalo, E. (2009). Using RFID to improve traceability in process industry: Experiments in a distribution chain for iron ore pellets. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 21(1), 139 – 154.
- Li, S., Kubo, M. (2008). The capacitated production planning problem with sequence-dependent changeovers. In *2008 IEEE International Conference on Service Operations and Logistics, and Informatics* (Vol. 2, pp. 2363-2368). IEEE.
- Marinelli, F., Nenni, M. E., Sforza, A. (2007). Capacitated lot sizing and scheduling with parallel machines and shared buffers: A case study in a packaging Company. *Annals of Operations Research*, 150, 177- 192.
- Meyr, H. (2000). Simultaneous lotsizing and scheduling by combining local search with dual reoptimization. *European Journal of Operational Research*, 120, 311-326.
- Meyr, H. (2002). Simultaneous lotsizing and scheduling on parallel machines. *European Journal of Operational Research*, 139, 277–292.
- Meyr, H. (2004). Simultane Losgrößen-und Reihenfolgeplanung bei mehrstufiger kontinuierlicher Fertigung (No. 36063). Darmstadt Technical University, Department of Business Administration, Economics and Law, Institute for Business Studies (BWL).
- Mohammadi, M., Ghomi, S. M. T. F., Karimi, B., et al. (2010). Rolling-horizon and fix-and-relax heuristics for the multi-product multi-level capacitated lotsizing problem with sequence-dependent setups. *Journal of Intelligent Manufacturing*, 21, 501–510.
- Özdamar, L., Barbarosoglu, G. (2000). An integrated Lagrangean relaxation-simulated annealing approach to the multi-level multi-item capacitated lot sizing problem. *International Journal of Production Economics*, 68, 319-331.
- Park, Y., Kim, S-K. (2000). Some Properties Of Discrete Lot Sizing and Scheduling Problem With Setup Times Using Integral Demand. *Management of Innovation and Technology, 2000. ICMIT 2000. Proceedings of the 2000 IEEE International Conference on*, 2, 859-862.
- Quadt, D., Kuhn, H. (2005). Conceptual framework for lot-sizing and scheduling of flexible flow lines. *International Journal of Production Research*, 43(11), 2291-2308.

- Sahling, F., Buschkühl, L., Tempelmeier, H., et al. (2009). Solving a multi-level capacitated lot sizing problem with multi-period setup carry-over via a fix-and-optimize heuristic, *Computers & Operations Research*, 36, 2546-2553.
- Salomon, M., Solomon, M.M., Van Wassenhove, L. N., et al. (1997). Solving The Discrete Lot Sizing and Scheduling Problem with Sequence Dependent Set-Up Cost and Set-Up Times Using The Travelling Salesman Problem with Time Windows. *European Journal of Operational Research*, 100(3), 494-513.
- Seeanner, F., Meyr, H. (2013). Multi-stage simultaneous lot-sizing and scheduling for flow line production. *OR Spectrum*, 35, 33-73.
- Stadtler, H. (2011). Multi-level single machine lot-sizing and scheduling with zero lead times. *European Journal of Operational Research*, 209, 241-252.
- Stadtler, H., Sahling, F. (2013). A lot-sizing and scheduling model for multi-stage flow lines with zero lead times. *European Journal of Operational Research*, 225, 404-419.
- Staggemeier, A. T., Clark, A. R. (2001). A Survey of Lot-sizing and scheduling models. *23rd Annual Symposium of the Brazilian Operational Research Society*, Brazil.
- Suerie, C. (2006). Modeling of period overlapping setup times. *European Journal of Operational Research*, 174, 874-886.
- Suerie, C., Stadtler, H. (2003). The capacitated lot-sizing problem with linked lot sizes. *Management Science*, 49, 1039-1054.
- Sundaramoorthy, A., Maravelias, C.T. (2008). Modeling of Storage in Batching and Scheduling of Multistage Processes. *Industrial & Engineering Chemistry Research*, 47(17), 6648-6660.
- Tang, Q., Wang, Y. (2022). Multiobjective lot sizing and scheduling of multiproduct switching production in the process industry considering uncertain market information under mass customization. *IEEE Access*, 10, 74747-74764.
- Tempelmeier, H., Buschkühl, L. (2008). Dynamic multi-machine lotsizing and sequencing with simultaneous scheduling of a common setup resource. *International Journal of Production Economics*, 113: 401-412.
- Transchel, S., Minner, S., Kallrath, J., et al. (2011). A hybrid general lot-sizing and scheduling formulation for a production process with a two-stage product structure. *International Journal of Production Research*, 49(9), 2463-2480.
- Vanderbeck, F. (1998). Lot-Sizing with Start-Up Times. *Management Science*, 44 (10), 1409-1425
- Wei, W., Amorim, P., Guimarães, L., et al. (2019). Tackling perishability in multi-level process industries. *International Journal of Production Research*, 57(17), 5604-5623.
- White, K.P. (1990). Advances in the theory and practice of production scheduling. In C.T. Leondes (Eds.), *Control and Dynamic Systems* (Volume 37, pp. 115-159). Academic Press, Inc.
- Wolsey, L.A. (2002). Solving multi-item lot-sizing problems with an MIP solver using classification and reformulation. *Management Science*, 48(12), 1587-1602.
- Wu, T., Shi, L., Geunes, J., et al. (2011). An optimization framework for solving capacitated multi-level lot-sizing problems with backlogging. *European Journal of Operational Research*, 214, 428-441.

## BÖLÜM 11

# ŞEHİR PAZARLAMASI KAPSAMINDA ULUSLARARASI FUAR VE SERGİLERİN İZMİR TURİZMİNE OLASI KATKILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: DÜNYA SERGİSİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

Muhammed Alicem DEMOĞLU<sup>2</sup>  
Hakan ATAY<sup>3</sup>

### GİRİŞ

Son dönemlerde, ürün ve hizmet pazarlaması dışında, en çok kabul görülen alanlardan birisi şehir pazarlaması olmuştur. Yeni kentsel girişimciliği yansıtan bir kavram olarak ele alınan şehir pazarlaması kavramı, şehrin kendi imajını yeniden inşa edebilmesi ve yeniden tanımlayabilmesi için şehrin görüntüsünü yansıtan ve güçlendiren, belirli faaliyet türlerini hedef alan bir strateji olarak ifade edilmektedir. Şehir pazarlaması ile şehirlerin çekiciliğinin arttırılması ve bununla birlikte şehirdeki yerel kalkınmanın ve yerel rekabetin desteklenmesi arzu edilmektedir. Şehrin pazarlanmasında ürün kavramı, sadece turizm ürünleri, tarım ürünleri, sanayi ürünleri veya ticari ürünler değil, şehrin sahip olduğu ve paydaşlarına sunmayı arzuladığı tüm değerleri kapsamaktadır. Şehir pazarlaması uygulaması, kentlerde ilk karşılaşmalarda etkili olan imgeler ile kentin imajının inşasına, iletişimine ve yönetimine bağlıdır. Bu sebeple şehir pazarlamasının hedefi, şehrin imajını oluşturmak ve şehrin kimliğini belirlemektir (Karataş, 2016; Kılıç, Oral ve Set, 2018).

Günümüzde bir şehrin pazarlanmasında ve şehrin turizm açısından canlanmasında uluslararası fuar ve sergi organizasyonları son derece etkin bir rol oynamaktadır. Şehirlerin turizm gelirlerini ciddi oranda arttıracak potansiyele sahip olan uluslararası fuar ve sergiler, bu potansiyeli ile şehirlerin hedeflediği turizm gelirlerine ulaşılmasına yardımcı olabilmektedir (Kaçar, 2013). Uluslararası fuar

<sup>1</sup> Bu çalışma, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde tamamlanan “Şehir Pazarlaması Kapsamında Uluslararası Fuar ve Sergilerin İzmir Turizmüne Olası Katkılarının Değerlendirilmesi: EXPO Örneği” adlı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, alicemdemoglu@gmail.com

<sup>3</sup> Doç. Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği Bölümü

laşılmıştır. Bu bakımdan, EXPO'nun İzmir turizmine sağlayacağı olası katkılar, turizm sektöründe çalışan bireylerin ve üniversitelerin turizm bölümlerinde eğitim veren akademisyenlerin gözünden tespit edildiği için bu çalışma literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Buna ek olarak, ileride bu konu ile alakalı olarak çalışmalarda bulunmak isteyen araştırmacılar, bu konuya halk nezdinde de yaklaşabilirler. EXPO'da yerel halkın desteği de çok önemli bir kriter olduğu için yerel halkın EXPO hakkında ne düşündüğü, İzmir'in olası EXPO adaylığında buna destek olup olmayacakları gibi birçok soruya ne gibi cevaplar verecekleri son derece önem arz etmektedir.

## KAYNAKLAR

- About World Expos. (t.y.). 21 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.bie-paris.org/site/en/about-world-expos> adresinden alındı.
- Acartürk, K. (2012). Türkiye'de Fuarçılık ve Fuarların Coğrafi Dağılımı. *Coğrafya Dergisi*(25), 55-66.
- All World Expos. (t.y.). 22 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.bie-paris.org/site/en/all-world-expos> adresinden alındı.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (4. b.). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Arslan, S. (2019). *Fuar Markası Olmayı Etkileyen Faktörlerin Marka İmajına ve Katılım Kararına Etkileri: Turizm Fuarları Örneği*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Boisen, M. (2007). The Role of City Marketing In Contemporary Urban Governance. *Conference Future of Cities: Impact-Indicators*.
- Böke, K. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma. K. Böke (Dü.) içinde, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (s. 3-31). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Braun, E. (2008). *City Marketing: Towards An Integrated Approach*. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management.
- Ceylan, T. (2019). *Fuarların Uluslararası Pazarlar Açısından Önemi: Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Çetin, A., & Kozak, R. (2019). Fuar Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algıları: Expo 2016 Antalya Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 964-976.
- Dril, N., Galkin, A., & Bibik, N. (2016). Applying City Marketing As A Tool To Support Sustainable Development In Small Cities: Case Study In Ukraine. *Transportation Research Procedia*, 16, 46-53.
- Expo 2020 Dubai. (t.y.). 21 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.bie-paris.org/site/en/2020-dubai> adresinden alındı.
- Expo 2025 Osaka Kansai. (t.y.). 21 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.bie-paris.org/site/en/2025-osaka> adresinden alındı.
- Expo Fuarları Bilgi Notu. (t.y.). 21 Mayıs 2020 tarihinde [https://www.dogaka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/www.dogaka.gov.tr\\_2580\\_DO4Y03RJ\\_EXPO-Bilgi-](https://www.dogaka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/www.dogaka.gov.tr_2580_DO4Y03RJ_EXPO-Bilgi-)
- Goovaerts, P., Biesbroeck, H. V., & Tilt, T. V. (2014). Measuring The Effect and Efficiency of City Marketing. *Procedia Economics and Finance*(12), 191-198.
- Kaçar, E. (2013). *Fuar İşletmeciliğinin Turizm Üzerine Etkileri ve Bir Model Önerisi*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Karataş, İ. A. (2016). Şehir Pazarlamasına Göre Malatya'nın Ziyaretçiler Tarafından Değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 187-204.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.

- Keleş, H. (2018). *Fuar Turizmi ve Gelişimi: Manavgat Destinasyonundaki Turizm Sektörü Temsilcilerinin Bakış Açısına Yönelik Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kılıç, R., Oral, M. A., & Set, D. Ö. (2018). Şehir Pazarlaması ve Hane Halkının Şehre Yönelik Algıları: Elmalı İlçesi Örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 103-122.
- Our history. (t.y.). 03 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.bie-paris.org/site/en/about-the-bie/our-history> adresinden alındı.
- Özsöz, F. M. (2018). Şehir Pazarlamasında Bir Marka Şehir Olarak Eskişehir'in İncelenmesi. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(1), 12-34.
- Sülün, U. (2012). Fuarların Tarihsel Gelişimi, İzmir'in Türkiye Fuarcılığındaki Rolü. *İzmir Ticaret Odası Pusula Dergisi*.
- Tandoğan, G. K., & Koçak, N. (2008). Kent Turizmi Kapsamında Fuar ve Sergilerin İzmir Turizmine Olası Etkileri: Expo Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(2), 6-15.
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). 15 Nisan 2020 tarihinde <http://tdk.gov.tr/> adresinden alındı.
- What is an Expo? (t.y.). 21 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.bie-paris.org/site/en/what-is-an-expo> adresinden alındı.
- Who we are. (t.y.). 03 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.bie-paris.org/site/en/who-we-are> adresinden alındı.
- Yılmaz, A. (2017). *Şehir Pazarlamasında Marka Değeri Algısının Önemi: Sivas İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Karabük.
- Yücel, A., & Öztürk, M. (2018). Şehir Pazarlaması ve Şehir Markalaşması: Elazığ İli Örneği. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 77-101.

## BÖLÜM 12

# TÜRKİYE’DE TÜKETİCİLERİN MOBİL REKLAMCILIĞI KABUL ETME SEVİYESİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: KAVRAMSAL BİR MODEL

Görkem ERDOĞAN <sup>1</sup>

### GİRİŞ

İletişim ve mobil teknolojilerinin gelişimiyle beraber mobil telefonlar her geçen gün daha popüler hale gelmiştir. Bir zamanlar lüks olarak görülen cep telefonları artık çok yaygın bir şekilde satın alınmakta ve bir zorunluluk haline gelmiştir (Kumar & Zahn, 2003). Dünyada cep telefonu kullanımı her yıl artarak, toplamda dünyanın toplam nüfusunun %90,72’ine denk gelen 7,26 milyar kişi cep telefonu kullanmaktadır (BankMyCell, 2022). Mobil kullanıcıların hızlıca büyümesi pazarlamacılara büyük bir fırsat sunmakta ve cep telefonları geleceğin reklam mecrası olarak kullanılmaya başlanmıştır (Barnes, 2002).

İnternetin sürekli devam eden gelişmeleri, cep telefonlarının daha yüksek penetrasyon oranıyla birleştiğinde, mobil reklamcılık (MORE) olarak bilinen pazarlama faaliyetleri için yeni bir platform yaratmıştır. MORE kuruluşların hedef kitleleriyle herhangi bir mobil cihaz aracılığıyla etkileşimli ve alakalı bir şekilde iletişim kurmasına ve onlarla etkileşim kurmasına yardımcı olabilecek bir dizi uygulama içermektedir (MMA, 2009). Bu eylemler dizisi, kısa mesaj servislerinin (SMS) mesajlarının gönderilmesini, grafik veya görüntü biçimlerinin kullanımı, mobil internet yoluyla arama motorlarını kullanarak pazarlamayı, bluetooth teknolojisini, kupon oluşturmaya veya mobil reklam oyunları dahil olmak üzere uygulamaların ve eğlence içeriğinin kullanımını içermektedir (Parreño & ark., 2013). Tüketici bilgilerine bağlı olarak gönderilen mobil reklamlar ile iletişimde erişilebilirlik, sıklık ve hız artırılmaktadır (Muk, 2007). Gazete, dergi, televizyon ve radyo gibi geleneksel reklam mecralarından farklı olarak MORE, doğru tüketicilere her zaman ve her yerde ulaşma potansiyeli gibi avantajlar sunmaktadır (Maneesoonthorn & Fortin, 2006). Maliyet verimliliği, gerçek zamanlı bağlantı

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Bilim Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü, gerdogan83@hotmail.com

ticilerden daha geniş bir örneklem boyutuna genişletilerek kullanıcıların MORE kullanmaya yönelik kabul davranışlarını daha iyi anlamak için daha kapsamlı bir araştırmanın uygulanması önerilmektedir. İkinci olarak araştırma modelinin eğlence, rahatsız edicilik, bilgilendiricilik, güvenilirlik, kişiselleştirme ve benimseme faktörleriyle sınırlı olmasıdır. Gelecekteki araştırmalar, kullanıcıların reklam kabulüne ilişkin daha kapsamlı bir şekilde anlamak için algılanan maliyet, algılanan değer ve algılanan fonksiyonel değer gibi ek faktörleri benimsemeyi düşünmelidir.

## KAYNAKLAR

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Altuna, O. K., & Konuk, F. A. (2009). Understanding Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising and Its Impact on Consumers' Behavioral Intentions: A Cross-Market Comprasion of United States and Turkish Consumers. *International Journal of Mobile Marketing*, 4(2), 43-51.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.
- BankMyCell, (2022). December 2022 Mobile User Statistics. <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world>.
- Barnes, S. J. (2002). Wireless digital advertising: nature and implications. *International journal of advertising*, 21(3), 399-420.
- Bauer, H. H., Barnes, S. J., Reichardt, T., & Neumann, M. M. (2005). Driving consumer cceptance of mobile marketing: A theoretical framework and empirical study. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(3), 181-192.
- Chang, H.J. & Villegas, J. (2008). Mobile phone user's behaviour: the motivation factors of the mobile phone user. *International Journal of Mobile Marketing*, 3(2), 4-14.
- Dickinger, A., Scharl, A. & Murphy, J. (2005). Diffusion and success factors of mobile marketing. *Electronic Commerce Research and Applications*, 4 (2), 159-73.
- Ducoffe, R.H. (1996). Advertising value and advertising on the web. *Journal of Advertising Research*, 36(2), 21-36.
- Faraz, S., & Hamid, K. H. (2011). Mobile advertising: An investigation of factors creating positive attitude in Iranian customers. *African journal of business management*, 5(2), 394-404.
- Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Gao, Y., & Koufaris, M. (2006). Perceptual antecedents of user attitude in electronic commerce. *ACM SIGMIS Database: the database for Advances in Information Systems*, 37(2-3), 42-50.
- Hausman, A. V., & Siekpe, J. S. (2009). The effect of web interface features on consumer online purchase intentions. *Journal of business research*, 62(1), 5-13.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Keshtgary, M. & Khajepour, S. (2011). Exploring and analysis of factors affecting mobile advertising adoption – an empirical investigation among Iranian users. *Can. J. Comput. Math. Nat. Sci. Eng. Med.* 2(6), 144-151.
- Kline, R.B. (1998). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 1st ed. Guilford Press, New York.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. Third Edition. London: The Guilford Press.
- Kumar, S., & Zahn, C. (2003). Mobile communications: evolution and impact on business operations. *technovation*, 23(6), 515-520.

- MacKenzie, S. B., & Lutz, R. J. (1989). An empirical examination of the structural antecedents of attitude toward the ad in an advertising pretesting context. *Journal of marketing*, 53(2), 48-65.
- Maneesoonthorn, C., & Fortin, D. (2006). Texting behaviour and attitudes towards permission mobile advertising: an empirical study of mobile users' acceptance of SMS for marketing purposes. *International Journal of Mobile Marketing*, 1(1), 66-72.
- Merisavo, M., Kajalo, S., Karjaluoto, H., Virtanen, V., Salmenkivi, S., Raulas, M., & Leppäniemi, M. (2007). An empirical study of the drivers of consumer acceptance of mobile advertising. *Journal of interactive advertising*, 7(2), 41-50.
- Mobile Marketing Association (MMA). (2009). MMA Updates definition of mobile marketing. <https://www.mmaglobal.com/news/mma-updates-definition-mobile-marketing>
- Muk, A. (2007). Consumers' intentions to opt in to SMS advertising: a cross-national study of young Americans and Koreans. *International journal of advertising*, 26(2), 177-198.
- Nunnally, J.C., Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*, third ed. McGraw-Hill, New York.
- Nwagwu, W. E., & Famiyesin, B. (2016). Acceptance of mobile advertising by consumers in public service institutions in Lagos, Nigeria. *The Electronic Library*, 34(2), 265-288.
- Park, T., Shenoy, R. and Salvendy, G. (2008). Effective advertising on mobile phones: a literature review and presentation of results from 53 case studies. *Behaviour & Information Technology*, 27(5), 355-373.
- Parreño, J. M., Sanz-Blas, S., Ruiz-Mafé, C., & Aldás-Manzano, J. (2013). Key factors of teenagers' mobile advertising acceptance. *Industrial management & data systems*.
- Pavlou, P. A., & Stewart, D. W. (2000). Measuring the effects and effectiveness of interactive advertising: A research agenda. *Journal of Interactive Advertising*, 1(1), 61-77.
- Rao, B., & Minakakis, L. (2003). Evolution of mobile location-based services. *Communications of the ACM*, 46(12), 61-65.
- Rittippant, N., Witthayawarakul, J., Limpiti, P., & Lertdejdech, N. (2009). Consumers' perception of the effectiveness of Short Message Service (SMS) and Multimedia Message Service (MMS) as marketing tools. *Proceedings of world academy of science: engineering & technology*, 53, 815-822.
- Robins, F. (2003). The marketing of 3G. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(6), 370-378.
- Saadeghvaziri, F., & Seyedjavadain, S. (2011). Attitude toward advertising: mobile advertising vs advertising-in-general. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 28, 104-114.
- Salem, M. S., Althuwaini, S., & Habib, S. (2018). Mobile advertising and its impact on message acceptance and purchase Intention. *Journal of business and retail management research*, 12(3), 92-103.
- Soroa-Koury, S., & Yang, K. C. (2010). Factors affecting consumers' responses to mobile advertising from a social norm theoretical perspective. *Telematics and informatics*, 27(1), 103-113.
- Statista, (2022). Mobile advertising spending worldwide from 2007 to 2024. <https://www.statista.com/statistics/303817/mobile-internet-advertising-revenue-worldwide/>.
- Tähtinen, J. (2005). Mobile advertising or mobile marketing. A need for a new concept. *Frontiers of e-business Research*, 1, 152-164.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information systems research*, 6(2), 144-176.
- Tsang, M. M., Ho, S. C., & Liang, T. P. (2004). Consumer attitudes toward mobile advertising: An empirical study. *International journal of electronic commerce*, 8(3), 65-78.
- Ünal, S., Ercis, A., & Keser, E. (2011). Attitudes towards mobile advertising—A research to determine the differences between the attitudes of youth and adults. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 24, 361-377.
- Van der Waldd, D.L.R., Rebello, T.M. & Brow, W.J. (2009). Attitudes of young consumers towards SMS advertising. *African Journal of Business Management*, 3(9), 444-452.
- Wang, C., Zhang, P., Choi, R., & D'Eredita, M. (2002). Understanding consumers attitude toward advertising. *AMCIS 2002 Proceedings*, 158.
- Wong, C. H., Tan, G. W. H., Tan, B. I., & Ooi, K. B. (2015). Mobile advertising: The changing landscape of the advertising industry. *Telematics and Informatics*, 32(4), 720-734.
- Xu, D. J. (2006). The influence of personalization in affecting consumer attitudes toward mobile advertising in China. *Journal of computer information systems*, 47(2), 9-19.

## BÖLÜM 13

# ULUSAL PAZARLAMA LİTERATÜRÜNDE KUŞAK FARKLILIKLARININ İNCELENMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

Emine ŞENBABAOĞLU DANACI<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Sosyal, politik, ekonomik, teknolojik ve kültürel konularda farklılıkların yaşanması, toplumların mevcut yapılarının değişime uğramasına neden olmuştur. Değişime neden olan bu etkilerin, farklı zamanlarda doğan bireylerin tutum ve davranışlarına yansıdığı düşünülmektedir. Bu bağlamda, zaman içerisinde gelişen olaylara, farklı bakış açılarıyla yaklaşan bireylerin var olduğu gözlemlenmektedir. Sözü edilen durum kuşak farklılıkları olarak nitelenmektedir. Dolayısıyla günümüzde tüketici pazarı, sadece bir kuşaktan değil, farklı kuşaklardan oluşmaktadır. Bu kuşak grupları, farklı tüketici gruplarını ve eğilimlerini tanımlamada oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Farklı kuşaklardaki bireylerin satın alma davranışları; yaş, fiyat, kalite ve alışveriş deneyimindeki farklılıklar nedeniyle farklılaşmaktadır. Kuşaklar, özellikle pazarlama stratejisi içeren ürünleri satın alma, tüketme ve satış yapma konularında ciddi farklılıklar göstermektedir. Bu maksatla tüketici satın alma kararlarının anlaşılmasına yönelik olarak kuşak farklılıklarının değerlendirilmesi gereklidir.

İnsanlar, ekonomik kriz, savaş veya siyasi gelişmeler gibi dışsal ya da çevresel olaylardan büyük oranda etkilenmektedir. Bu tür olayların sonuçları, bireylerin isteklerini, tutumlarını ve satın alma davranışlarını şekillendirmektedir. Aynı tarihsel dönemlerde doğan bireylerin, diğer nesillerden farklı kimlik, kişilik, inanç ve değer yansımaları olacaktır. Bu durum, kuşak farklılıkları olarak değerlendirilmektedir. Kuşakların ait oldukları yaş aralıklarına ilişkin olarak net ve kesin bir ayrıma yönelik gösterge bulunmamaktadır. Kuşakların dâhil oldukları dönemler noktasında, literatürde anlaşma birliği olmasa da temelde, Sessiz kuşak, Bebek Patlaması kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı ve Z kuşağı şeklinde kavramsallaştırılmasında çoğunlukla fikir birliği bulunmaktadır (Bordonaba-Juste, 2020). Her bir kuşak

<sup>1</sup> Arş. Gör. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, eminesenbabaoglu@duzce.edu.tr

araştırıldığı görülmüştür. İncelenen çalışmalar ışığında, ortak bir bulgu olarak tüketici davranışlarının farklı nesillerde doğan gruplar için farklılaştığı ifade edilebilir. Buradan hareketle de üreticiler, tüketici davranış dinamiklerini çözümleyebilmek için kuşak farklılıklarına göre bir değerlendirme yapabilir. Pazarlama perspektifinde, kuşaklar çerçevesinde belirlenen tüketici profilleri üzerinden hareket etmenin daha verimli sonuçlara ulaştıracağı düşünülmektedir. Kuşakların gruplandırılmış olması, uygulanacak pazarlama stratejilerine de yön göstermektedir. Bu açıdan çok daha etkili pazarlama stratejileri yaratmak isteyen işletmelerin, kuşaklara göre hareket etmeleri oldukça önem arz etmektedir.

Mevcut çalışma, ulusal pazarlama literatüründe kuşak farklılıklarına ilişkin yapılan çalışmalara dair bir literatür incelemesine tabi tutularak yapılmıştır. İlerleyen dönemlerde, araştırmacıların yapacakları çalışmalar kapsamında, uluslararası literatürde yer alan kuşak farklılıkları bağlamında ele alınan pazarlama çalışmaları da çalışmaya dâhil edilebilir. Şu an itibariyle ulusal literatürde ilgili konu hakkında meta analiz gerçekleştirilebilecek çalışma sayısına ulaşılmasa dahi uluslararası literatürde dâhil edilerek gerçekleştirilen meta analiz literatürü zenginleştirecek olup, sonrasında çalışma yapmak isteyen araştırmacılara da yol gösterici özellikte olacaktır. Benzer doğrultuda tematik içerik analizi ve betimsel içerik analizi pazarlama alanında kuşak farklılıklarını vurgulayan çalışmalara uygulanabilir. İlâveten, nicel ya da nitel olarak tasnif edilen çalışmaların hangi tür yöntemle analiz edildiğine de yer verilerek daha ayrıntılı çalışılabilir.

Makalelerin yazar ve yayın yılından oluşan çalışmanın künye bilgisi, kuşakların başlangıç ve bitiş tarihleri, çalışmanın türü, incelenen konu ve tespit edilen temel bulgu boyutlarıyla sistematik hale getirilen literatür taraması esnasında, incelenen boyut sayısı artırılarak daha detaylı bir araştırma yapılabilir. Bu şekilde araştırmaların çerçevesi, dolayısıyla kapsamı ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

## **KAYNAKLAR**

- Agrawal, D. K. (2022). Determining Behavioural Differences of Y and Z Generational Cohorts in Online Shopping, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(7), 880-895. Doi: 10.1108/IJRDM-12-2020-0527
- Akdemir, A., Konakay, G., & Demirkaya, H. (2013). Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11-42.
- Altın, S., & Baş, M. (2020). Hizmet Beklentilerinin Kuşaksal Pazarlama Bağlamında Farklılaşması: Konaklama Sektörü Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 4380-4395.
- Altıntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- Aşık, N. A. (2019). X ve Z Kuşağı Tüketicilerin Yiyecek Tercihlerini Etkileyen Faktörler, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2599-2611. Doi: 10.21325/jotags.2019.489
- Aydın, A. E. (2020). Kuşak Çalışmalarındaki Tartışmalı Konulara İlişkin Bir Değerlendirme, *Yorum*

- Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 8(1), 17-34. Doi: 10.32705/yorumyönetim.707744
- Başer, G., & Kantarcıoğlu, B. (2022). E-Ticaret'te Müşteri Güven Algısı: Y ve Z Kuşağı Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 389-401.
- Başgöze, P., & Bayar, N. (2015). Eko Otellerden Hizmet Satın Alımında Kuşaklar Arası Farklılaşmalar Üzerine Bir Çalışma, *Sosyoekonomi*, 23(24), 118-130. Doi: 10.17233/se.40582
- Bayındır, M. S., Bayındır, B., & Önçel, S. (2020). X, Y ve Z Kuşağı Tüketicilerin Kahve Dükkânlarını Tercih Etme Alışkanlıklarının İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3949-3963.
- Bordonaba-Juste, M., Lucia-Palacios, L., & Pérez-López, R. (2020). Generational Differences in Valuing Usefulness, Privacy and Security Negative Experiences For Paying for Cloud Services, *Information Systems and e-Business Management*, 18(1), 35-60.
- Calvo-Porrá, C., & Pesqueira-Sanchez, R. (2020). Generational Differences in Technology Behaviour: Comparing Millennials and Generation X, *Kybernetes*, 49(11), 2755-2772. Doi: 10.1108/K-09-2019-0598
- Cennamo, L., & Gardner, D. (2008). Generational Differences in Work Values, Outcomes and Person-Organisation Values Fit, *Journal of Managerial Psychology*, 23(8): 891-906. Doi: 10.1108/02683940810904385
- Cogin, J. (2012). Are Generational Differences in Work Values Fact or Fiction? Multi-Country Evidence and Implications, *The International Journal of Human Resource Management*, 23(11): 2268-2294. Doi: 10.1080/09585192.2011.610967
- Danışman, A. Ş., & Gündüz, Ş. (2018). X ve Y Kuşaklarının Dışarıdan Kahvaltı Satın Alma Davranış Farklılıkları, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı), 707-728.
- Dedeoğlu, B. B., Çalışkan, C., & Boğan, E. (2019). Tüketicilerin Kuşak Farklılıkları ve Fiziki Hizmet Alanı Algılamaları: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 776-787. Doi: 10.32958/gastoria.579259
- Dorie, A., & Loranger, D. (2020). The Multi-Generation: Generational Differences in Channel Activity, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(4): 395-416. Doi: 10.1108/IJRDM-06-2019-0196
- Eastman, J. K., & Liu, J. (2012). The Impact of Generational Cohorts on Status Consumption: An Exploratory Look at Generational Cohort and Demographics on Status Consumption, *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 93-102. Doi: 10.1108/07363761211206348
- Fernández-Durán, J. J. (2016). Defining Generational Cohorts for Marketing in Mexico, *Journal of Business Research*, 69(2), 435-444. Doi: 10.1016/j.jbusres.2015.06.049
- Gibson, J. W., Greenwood, R. A., & Murphy Jr, E. F. (2009). Generational Differences in the Workplace: Personal Values, Behaviors, and Popular Beliefs, *Journal of Diversity Management (JDM)*, 4(3), 1-8. Doi: 10.19030/jdm.v4i3.4959
- Gürler, H. E., & Erturgut, R. (2019). Hizmet Kalitesinin X ve Y Kuşağı Müşterilerin Tatmin Düzeyleri Üzerindeki Etkisi: Havayolu Endüstrisinde Kuşak Temelli Bir Araştırma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 135-153. Doi: 10.30798/ma-kuiibf.441029
- İlğaz, M. (2018). Kuşaklar Arası Hedonik Tüketim Davranışlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları: Kastamonu İli Merkez İlçesi Üzerine Bir Araştırma, *Turkish Journal of Marketing*, 3(1), 1-17. Doi: 10.30685/tujom.v3i1.25
- Kahraman, M. A., & Dağlı, S. (2019). Marka Algısı, Müşteri Memnuniyeti ve Marka Tercih İlişkisinin X ve Y Kuşağına Göre İncelenmesi, *Uluslararası Ekonomi İşletme Ve Politika Dergisi*, 3(2): 381-398.
- Karaboğa, K., & Pektaş, G. Ö. E. (2020). Kompulsif Satın Alma Davranış Düzey ve Biçimlerinin Belirlenmesi Üzerine Kuşaklar Arası Deneyimsel Bir Araştırma, *Third Sector Social Economic Review*, 55(1): 155-172. Doi: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.20.01.1267
- Karaman, D. (2021). Tüketici Satın Alma Karar Sürecinde Etkili Olan Duygular ve Nedenlerin Kuşaklar Kapsamında İncelenmesi, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (45), 107-119. Doi: 10.30794/pausbed.784589

- Kashif, M., & Rehman, M. A. (2014). Expected Service Quality Of Utility Stores in Pakistan: Qualitative Investigation of Older And Younger Generational Cohorts, *International Journal of Quality and Service Sciences*, 6(4), 309-325. Doi: 10.1108/IJQSS-04-2013-0023
- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.
- Lehto, X. Y., Jang, S., Achana, F. T., et al. (2008). Exploring Tourism Experience Sought: A Cohort Comparison of Baby Boomers and the Silent Generation, *Journal of Vacation Marketing*, 14(3), 237-252. Doi: 10.1177/1356766708090585
- Lissitsa, S., & Kol, O. (2021). Four Generational Cohorts and Hedonic M-Shopping: Association Between Personality Traits and Purchase Intention, *Electronic Commerce Research*, 21(2): 545-570. Doi: 10.1007/s10660-019-09381-4
- Orel, F. D., & Kaçmaz, Ö. (2019). Hedonik ve Faydacı Değerlerin Müşteri Tatminine Etkilerinin Y ve Z Kuşakları Açısından İncelenmesi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 277-297. Doi: 10.35379/cusosbil.621285
- Özmen, A., & Kocakuş, Z. G. (2020). Kuşaklar Bağlamında Marka Aşkıının Marka Sadakatine Etkisi: Afyonkarahisar'da Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4): 4323-4339.
- Öztürk, E., & Tekeli, S. (2021). Tüketicilerin Besin Seçim Gündüleri: Y ve Z Kuşaklarının Karşılaştırılması, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 14(1): 147-182. Doi: 10.15659/ppad.14.2.256
- Puiu, S. (2016). Generation Z-A New Type of Consumers, *Young Economists Journal/Revista Tinerilor Economisti*, 13(27), 67-78.
- Rahulan, M., Troynikov, O., Watson, C., et al. (2015). Consumer Behavior of Generational Cohorts for Compression Sportswear, *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19(1), 87-104. Doi: 10.1108/JFMM-05-2013-0072
- Sarıtaş, E., & Barutçu, S. (2016). Tüketici Davranışlarının Analizinde Kuşaklar: Sosyal Medya Kullanımı Üzerinde Bir Araştırma, *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 3(2), 1-15. Doi: 10.5505/pjess.2016.27146
- Silik, C. E., Ilgaz, B., & Dünder, Y. (2020). COVID-19 Sonrası Turist Davranışlarının Kuşak Farklılıkları Açısından Çoklu Uyum Analizi MCA ile Değerlendirilmesi, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 341-372.
- Slootweg, E., & Rowson, B. (2018). My Generation: A Review of Marketing Strategies on Different Age Groups, *Research in Hospitality Management*, 8(2), 85-92. Doi: 10.1080/22243534.2018.1553369
- Strutton, D., Taylor, D. G., & Thompson, K. (2011). Investigating Generational Differences in E-WOM Behaviours: for Advertising Purposes, Does X= Y?, *International Journal of Advertising*, 30(4), 559-586. Doi: 10.2501/IJA-30-4-559-586
- Tuncer, B. (2019). Satış Temsilcilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Kuşak Farklılıklarına Göre İncelenmesi: Muğla İli Örneği, *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(5), 14-29. Doi: 10.31006/gipad.513636
- Twenge, J. M., Campbell, S. M., Hoffman, B. J., et al. (2010). Generational Differences in Work Values: Leisure And Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing, *Journal of Management*, 36(5), 1117-1142. Doi: 10.1177/0149206309352
- Uslu Divanoğlu, S. (2017). Kuşak Farklılıklarının Politik Pazarlama ve Siyasal İletişim Açısından Değerlendirilmesi, *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(31), 265-278.
- Wey Smola, K., & Sutton, C. D. (2002). Generational Differences: Revisiting Generational Work Values for the New Millennium, *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(4), 363-382. Doi: 10.1002/job.147
- Yüksekbilgili, Z. (2016). Tüketici Karar Verme Tarzlarının Kuşaklara Göre Değerlendirilmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1392-1402. Doi: 10.17755/esosder.49225
- Yürük-Kayapınar, P., Kayapınar, Ö., & Ergen, S. (2019). Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarının Kuşaklar Bakımından İncelenmesi, *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 2055-2070.

## BÖLÜM 14

# YÖNETİCİLERİN DİJİTAL DÖNÜŞÜME İLİŞKİN FARKINDALIK VE UYGULAMALARINI BELİRLEMeye YÖNELİK KAMU SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

Ramazan Vedat SÖNMEZ<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Tarihsel süreç içinde toplumların yaşadığı dönemler incelendiğinde maddi kültür öğelerin, kullanılan alet ve araçların tanımlamalarda derin izleri görülmektedir. Yaşanılan belirli dönemlerin tunç devri, bakır devri ya da taş devri olarak tanımlanması oldukça önemlidir (Childe, 1992: 14). 19. yüzyıl sonu ve 20. Yüzyıl da içine alan zaman diliminde, modern bilimin etkisi ile ortaya çıkan siyasal, toplumsal şartlar bu döneme bir kimlik kazandırmış, teknoloji kullanımının artış göstermesi nedeniyle bu aşama modern teknoloji dönemi olarak tanımlanmıştır. 2000’li yıllarda internet’ in yoğun kullanımı sonucu bilgi iletişim teknolojileri dönemi yaşanmıştır. İş ve sosyal yaşamında, teknolojik ilerlemeler hız kesmeden devam etmiş, dijital teknolojilerin üretim ve hizmet süreçlerine uyarlanması olarak ifade edilen dijital dönüşüm veya Endüstri 4.0 dönemine girildiği görülmüştür. İçinde bulunduğumuz dönem, teknolojinin son aşaması olup dijital dönem ya da endüstri 4.0 olarak tanımlanmaktadır. (Beşli, 2007; 59).

Günümüz dünyasında tüm ülkelerde bulunan yaklaşık 7.8 milyar nüfusun % 66,6’sı mobil telefon, % 59,5’i internet, % 53.6’sı ise sosyal medyayı kullanmaktadır. Türkiye’de 84.6 milyon nüfusun % 90.8’i mobil telefon, %70.8’i sosyal medya, % 77.7’si ise internet’ i kullanmaktadır (We Are Social, 2021).

Teknolojik ilerlemeye paralel olarak dijital ürün ve uygulamalar, sadece sosyal yaşamda değil aynı zamanda çalışma yaşamında, üretim ve hizmet süreçlerinde artan bir oranla kullanılmaktadır. Dijital dönüşüm; tüketici ihtiyaçlarını karşılamak ve rakiplere karşı rekabette avantaj elde etme amacıyla dijital teknolojilerin kullanılması, yeni üretim ve hizmet süreçlerinin geliştirilmesi, son aşamada örgüt içinde kapsamlı bir dönüşümün gerçekleştirilmesini ifade eder (Fitzgerald

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, rvsonmez@gmail.com

Araştırmacılar daha geniş kitlelere ve farklı düzeydeki yöneticilere yönelik çalışmalar yapabilirler. Yapılacak araştırmalara iş görenleri de dâhil edebilirler. Bununla birlikte bakanlıklar dikkate alınarak sınıflandırma yapmak suretiyle dijital dönüşüm konusunda farkındalıklar, güçlü ve zayıf yönler belirlenebilir.

## KAYNAKLAR

- Akman E., ve Argun Ç., (2011). Türk Kamu Yönetiminde e-Devlet ve m-Devletin Etik Açısından Bir Değerlendirmesi. *Kamu Yönetimi ve Teknoloji, VIII. Kamu Yönetimi Forumu-KAYFOR 2010 Bildiriler Kitabı* içinde (s. 281-291), Ankara: TODAİE.
- Aksoy, A. (2016). Geleneksel Devletten Modern Devlete: Sanayi Devrimi ve Kamu Yönetimi Düşüncesinde Değişim, *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi, Aralık, 2 (3)* p-ISSN: 2528-9969.
- Akyel, R. ve Köse, H.Ö. (2010). Kamu Yönetiminde Etkinlik Arayışı: Etkin Kamu Yönetimi İçin Etkin Denetimin Gerekliliği, *Türk İdare Dergisi, Sayı: 466*.
- Akyüz, A.M. (2019). *Dünyada E-Yönetişim Ve En İyi Uygulama Örnekleri*. B. Parlak ve K.C. Doğan. (Editörler). E-Yönetişim. İstanbul: Beta Yayıncılık, 97-114.
- Altuntaş, E.Y. (2018). Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Kurumların Marka Değeri Üzerindeki Etkisi, *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları E-Dergisi, 2*.
- Arslan, M.C. ve Karkacier, A. (2019) Dijital Dönüşüm Sürecinde Yönetim Muhasebesini Geleceğine Etkileyen Faktörlere Kavramsal Bir Bakış, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, ASEAD Cilt, 6 Sayı, 6 Yıl 2*.
- ATDE. (2015). Accenture Dijitalleşme Endeksi Türkiye sonuçları: Türkiye'nin en Dijital Şirketleri, İstanbul, Türkiye Bilişim Vakfı.
- Avaner, T. ve Fedai, R. (2019). Türk Kamu Yönetiminde Ofis Sistemi: E-devlet Uygulamalarından Dijital Dönüşüm Ofisine, *Amme İdaresi Dergisi, 52 (2)*
- Aykaç, B. (2001). Kamu Yönetiminde Kriz ve Kriz Yönetimi, *G.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, 2*.
- Aydın, S. (2011), *Atatürk Kitaplığı Süreli Yayınları Sayısallaştırma Çalışmalarının Teknik ve Yönetimsel Analizi*, Retrieved from [https://issuu.com/selcukaydin/docs/atat\\_rk\\_kitapl\\_\\_\\_\\_say\\_salla\\_t\\_rma](https://issuu.com/selcukaydin/docs/atat_rk_kitapl____say_salla_t_rma)
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5 (2)*, S. 368-388
- Banger, G. (2018). *Endüstri 4.0 ve Akıllı İşletme* (2. bs.). Eskişehir: Dorlion.
- Barth, M. ve Veit, D. J. (2011). How Digital Divide Affects Public e-services: The Role of Migration Background. *Wirtschaftsinformatik Proceedings*, 118, 3-14.
- Bengtsson, M. (2016). How to Plan and Perform a Qualitative Study Using Content Analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8-14.
- Beşli, Z. (2007) *Teknoloji ve Toplum: Ortaöğretim Öğrencilerinde Teknoloji Kullanımı ve Etkileri*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bigum, C., Kenway, J. (2005). *New Information Technologies and The Ambiguous Future of Schooling-Some Possible Scenarios*. In A. Hargreaves (Ed.), *Extending Educational Change* (p. 95-115). Cham, NL: Springer. [https://doi.org/10.1007/1-4020-4453-4\\_5](https://doi.org/10.1007/1-4020-4453-4_5)
- Biju, M.R. (2007). *Good Governance and Administrative Practices*. New Delhi: Mittal Publications.
- Bloomberg, J. (2018), Digitization, Digitalization, and Digital Transformation: Confuse Them at Your Peril, retrieved from <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitizationdigitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-yourperil/#3f4222a72f2c>. 15.09.2022.
- Boddy, C. R. (2016). Sample Size For Qualitative Research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 19(4), p. 426-432.
- Bozkurt, A. H. Kaban, N.B. Taşçı, A.L. Aykul, G. (2021). Dijital Bilgi Çağı: Dijital Toplum, Dijital Dönüşüm, Dijital Eğitim ve Dijital Yeterlilikler, *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*.

- Brennen, S. and Kreiss, D. (2014), Digitalization and Digitization, Retrieved From <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization/> 22.07.2022.
- Brous, P. ve Janssen, M. (2015). Advancing e-government using the internet of things: A systematic review of benefits. 14th International Conference on Electronic Government (EGOV). Greece, 30 Ağustos-3 Eylül.
- Buffat, A. (2015). Street-Level Bureaucracy and E-Government, *Public Management Review*, 17(1), s. 149-161.
- Can. H. (1999) *Organizasyon ve Yönetim*, 5. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Cordella, A. ve Tempini, N.(2015). E-Government and Organizationa Change: Reappraising The Role of ICT and Bureaucracy in Public Service Delivery”, *Government İnformation Quarterly*, 279-286.
- Çevik, H. H. (2010). *Kamu Yönetimi: Kavramlar, Sorunlar, Tartışmalar*, Birinci Baskı, Seçkin Yayınları. Ankara.
- Çoban, H. (1997). *Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş*, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Davidsson, P., Hajinasab, B., Holmgren, J., Jevinger, A. ve Persson, J. A. (2016). The fourth wave of digitalization and public transport: opportunities and challenges. *Sustainability*, 8, 1-16.
- Deloitte (2018). Digital enablement turning your transformation into a successful journey. [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ie/Documents/Technology/IE\\_C\\_HC\\_campaign.n.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ie/Documents/Technology/IE_C_HC_campaign.n.pdf) (Erişim: Aralık 2022).
- Demirhan, K. Onur İnce, F. H. (2018), Türkiye’de Kamusal Aktörler Olarak Sivil Toplum Örgütlerinin Bilgi ve İletişim Teknolojilerini Kullanımı, *Amme İdaresi Dergisi*, 51 (3): 61-87.
- Eggers, W. D. ve Macmillan, P. (2015). Deloitte, kamu 2020: Kamunun geleceğine yolculuk. İstanbul: Deloitte.
- Ercan, S.Ü. (2021) *Dijital Gelecek, Dijital Dönüşüm*, Efe Akademi Yayınları, İstanbul.
- Erkan, H. (2000), *Bilgi Uygarlığı İçin Yeniden Yapılanma*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Ernst ve Young. (2011). The Digitisation of Everything. How Organisations Must Adapt to Changing Customer Behaviour. [https://conference.acfid.asn.au/wp-content/uploads/2017/07/EY\\_Digitisation\\_of\\_everything.pdf](https://conference.acfid.asn.au/wp-content/uploads/2017/07/EY_Digitisation_of_everything.pdf), Erişim: 14.04.2020.
- Eryılmaz, B. (2018). *Kamu Yönetimi*. 11. Baskı, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- ETCIO. (2018), The Chief Digital Officer’s Guide to Digital Transformation, Retieved from “<https://cio.economicstimes.indiatimes.com/news/strategy-and-management/thechief-digital-officers-guide-to-digital-transformation/64123202> EUROMSG. (2018), 02.11.2022
- European Commission (2019). Digital transformation. [https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/digital-transformation\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/digital-transformation_en) (Erişim: Kasım 2022).
- Fedai, R. (2018). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Bakanlıkların İşlevi, 12. *Uluslararası Kamu Yönetimi Sempozyumu*.
- Findikli, M. A., Rofcanin, Y. (2016). *The Concept of e-HRM, İts Evolution and Effects on Organizational Outcomes. Technological Challenges and Management: Matching Human and Business Needs* (1st edition), CRC Press, Boca Raton, 35-51.
- Fitzgerald, M. Kruschwitz, N. Bonnet, D. & Welch, M. (2014). Embracingdigitaltechnology: A Newstrategicimperative. *MIT Sloanmanagementreview*, 55(2), 1.
- Fraga-Lamas, P., Fernández-Caramés, T. M., Suárez-Albela, M., Castedo, L. ve González-López, M. (2016), A Review on internet of things for defense and public safety. *Sensors*, 16, 1-44.
- Geray, H. (1997). *İletişim, Bilgi Toplumu ve Küreselleşme*, Işık Kansu (Yay. Haz.) Emperyalizmin Yeni Masalı: Küreselleşme içinde (34–45), İmge Yayınları, Ankara.
- Giddens, A. (2000), *Sosyoloji*, Ayraç Yayınları, Ankara.
- Gordon C. (1992) *Kendini Yaratan İnsan*, Çev. Filiz Ofluoğlu, 4. bs. , İstanbul, Varlık,
- Govloop. (2016). Your questions answered: the internet of things in government. USA: Govloop.
- Gökalp, E., Gökalp, M.O., Çoban, S. Eren, P.E. (2019) Dijital Dönüşümün Etkisinde Verimli İstihdam Yönetimi: Yol Haritası Önerisi, *Verimlilik Dergisi* 2019/3
- Guba, E. G. and Lincoln, Y. S. (1994). Competing Paradigms in Qualitative Research. *Handbook of Qualitative Research*, 2(105), p.163-194.

- Gül, H. (2018). Dijitalleşmenin Kamu Yönetimi ve Politikaları ile Bu Alanlardaki Araştırmalara Etkileri. *Yasama Dergisi*, 36, p.5-26.
- Hobsbawm, E.J. (2008), *Sanayi ve İmparatorluk*, Çeviren: Abdullah Ersoy, Dost Kitabevi, Ankara.
- Hood, C., (1991), *A Public Management For All Seasons?*, Public Administration, 69.  
<http://genchukukcular.org/>. 15.09.2021
- <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=548bb5df2f2c>. 20.09.2021
- <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalizationdigital-transformation-disruption/>. 14.04.2022
- <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/burokrasiyi-sifira-indirecek-dijital-donusum->. (16.12.2022)
- Irzık, G. (2002). Bilgi Toplumu mu, Enformasyon Toplumu mu, *Günce*, Sayı 24, Sayfa 6, Kasım,
- i-SCOOP I. "Digitization, Digitalization and Digital Transformation: the Differences", Retrieved from <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalizationdigital-transformation-disruption/>. 12.04.2022.
- Kane, G., Palmer, D., Philips, A., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. MIT Sloan Management Review & Deloitte University. Press. [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fr/Documents/strategy/dup\\_strategy-not-technologydrives-digital-transformation.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fr/Documents/strategy/dup_strategy-not-technologydrives-digital-transformation.pdf). 12.05.2021
- Kongar, E. (2001), *Küresel Terör ve Türkiye*, 3 b, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Klenke, K. (2016). *Qualitative Research in the Study of Leadership*. Emerald Group Publishing Limited.
- Kofler, T. (2018). *Digitale Transformation in Unternehmen*. Zentrum Digitalisierung Bayern Positionspapier.
- Kumru, S. ve Kasımoğlu, M. (2022) İşletmelerde Dijital Dönüşümün Stratejik Yönetimi: Bir alan Araştırması, *Journal of Knowledge Economy and Knowledge Management*, 17:2 (139-159) DOI: 10.54860/beyder.1163107.
- Kurtdaş, M. Ç. (2017), Küreselleşmenin Sosyal Sınıflar Üzerindeki Etkisi, *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7 (2).
- Maissin, J. P., Elst, R. V. ve Colin, F. (2015). How will IoT improve public sector services? UK: Deloitte.
- Meşe, O. (2011). Teknoloji Üzerinde Yeni Kamu Yönetimi ve Denetiminin Rolü. Kamu Yönetimi ve Teknoloji, VIII. *Kamu Yönetimi Forumu-KAYFOR 2010 Bildiriler Kitabı*, Ankara: TODAİE Yayın No: 360.
- Morakanyane, R. Grace, A. A. O'Reilly, P. (2017). Conceptualizing Digital Transformation in Business Organizations: A systematic Review of Literature. In *Bled E-Conference: 21*.
- Negiz, N. ve Saraçbaşı, Y. (2012). Demokratik Yönetişim Sağlanmasında E-Belediye ve Uygulamaları: Akdeniz Bölgesi Örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 7(1), 42-52.
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I-II*. Cilt (5. Baskım). Yayın Odası, İstanbul.
- Ohlhorst F. (2013). *Big Data Analytics: Turning Big Data Into Big Money*. New Jersey.
- Özen, Z. Körükmez, L. ve Akbaş Demirel C. (2021), Dijital Çağda Sivil Toplum: İmkanlar ve Kısıtlılıklar, *Kapasite Geliştirme Derneği*, Ankara.
- Ören K. ve Yüksel, H. (2012) Geçmişten Günümüze Çalışma Hayatı, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 1(1).
- Öztaş, N. (2015). *Yönetim*, Üçüncü Baskı, Otorite Yayınları, Ankara.
- Peltekoglu, F. B. ve Askeroğlu, E. D. (2020). Dijital Ortamda Kurum İçi İletişim: İşletmelere Yönelik Bir Araştırma. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, s.1-18.
- Reich, R.B. (2002). *Thefuture Oofsuccess: Working and Living in The New Economy*. New York: Vintage Books.
- Ruël, H., Bondarouk, T., Looise, J. K. (2004). e-HRM: Innovation or irritation: An explorative empirical study in five large companies on Web-based HRM. *Management Revue*, 15(3), 364-380.
- Safeena, R., ve Kammani, A. (2013). Conceptualization of Electronic Government Adoption. *International Journal of Managing Information Technology*, 5(1), 13-22.

- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Portfolio Penguin
- Seidman, I. (2006). *Interviewing As Qualitative Research: A Guide For Researchers in Education and the Social Sciences*. Teachers College Press.
- Sezai, İ. (2003) *Sosyolojiye Giriş*, Martı Yayınevi, Ankara.
- Shafritz, J. M., E.W. Russell, E.W., ve Christopher P. B. (2009). *Introducing Public Administration*. Sixth Edition, New York: Pearson International Edition
- Sönmez, M. (2016). Kamuda Teknoloji Kullanımı, Avrupalılaşma, Etkinlik ve Verimlilik Açısından Tek Numara(112) Acil Çağrı Merkezleri ve E-Çağrı(E-Call) Uygulamaları, *Türk İdare Dergisi*, s. 149-182.
- Şataf, C. ve Çiçek, H. G. ve Dikmen, S. (2014). Kamu Hizmetlerinin Sunulmasında E-Devlet Uygulamalarının Toplumsal Algı Düzeyi Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 9(2), s.1-14.
- Tutkunca, T. (2020) İşletmelerde Dijital Dönüşüm ve İlgili Bileşenlerinin Analiz Edilmesi Üzerine Kavramsal Bir Araştırma, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17(1), s.65-75,
- Türena, U. Gökmen, Y. Tokmak, İ. (2013) İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi: İşletmelerin Sahip Oldukları Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kabiliyetlerinin Aracılık Rolü, *Business and Economics Research Journal*, 4 (4).
- Tüsiad (2017) *Türkiye'nin Sanayide Dijital Dönüşüm Yetkinliği*, Yayın No: TÜSİAD-T/2017,12 – 589.
- Yankın, F.B. (2018) Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7 (2) s.1-38.
- Yeşilyurt-Temel, H. ve Yapraklı, H. (2015). Küreselleşen Dünyada İşsizlik, Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/283123031>, Küresellesen Dunyada İşsizlik.
- Yerlikaya, F.B., Ağcasulu, H. (2017). Yeni Kamu Yönetimi Anlayışının Bir Eleştirisi Olarak Dijital Çağ Yönetişimi. *Kayfor15 Özetler Kitabı*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi,
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- We Are Social. (2021). Digital 2021: Global Overview Report. <https://www.slideshare.net/DataReport/digital-2021-local-country-headlines-reportjanuary>. 12.01.2022

## BÖLÜM 15

# YÖNETİŞİM, SOSYAL SORUMLULUK VE YEŞİL STRATEJİ İLİŞKİSİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVREYE ETKİSİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR BAKIŞ

Güven KARAMAN<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Gezegemizdeki ekosistem son yıllarda şaşırtıcı bir şekilde değişim yaşamaktadır. Bu değişimlerin kaynağında ekosistemin kendisinden kaynaklı tektonik sebeplerden daha çok insan ve onun faaliyetlerinin yer aldığı bilinmektedir. Nüfusun ve buna bağlı kirliliğin hızla artması, fosil kaynaklı yakıtların kullanımı ve buna bağlı atmosferdeki sera gazı emisyonundaki artış, ormansızlaştırma, vb. faaliyetlerin arkasında hep bir insan faaliyeti yer almaktadır (Tilman & Lehman, 2001). Bu faaliyetler iklim değişikliğine neden olmaktadır. İnsan, faaliyetleriyle çevreye verdiği zararlar sonucunda iklimsel değişimler, kuraklık, çölleşme, temiz su kaynaklarındaki azalma, vb. olumsuzlar hem insanın hem de diğer canlıların doğal yaşam kalitesini olumsuz etkilemektedir (Seebacher & Franklin, 2012). Kısaca, insan bindiği dalı kesmektedir.

Doğal kaynakların sınırlı olduğu bilinmeli, basit bir emtia gibi görülmemeli, korunmalı ve bozulmadan gelecek nesillere bırakılmalıdır. Bunun için sorumlu bir anlayışa ve köklü bir paradigma dönüşümüne ihtiyaç vardır.

Günümüzde dünyanın çözüm arayışında olduğu en önemli sorunların merkezine iklim değişikliği yerleşmiştir. Bu ise bir veya birkaç kişi, işletme veya ülkenin tek başına çözebileceği bir sorun değildir. Böylesi küresel bir sorun ancak yönetim kavramının odağında yer alan birlikte hareket etme, işbirliği ve geniş katılımlı bir mutabakat ilkelerinin içselleştirilmesiyle ortaya konulacak ilkeler, izlenecek stratejiler ve çevre dostu uygulamalar ile çözülmesi mümkündür.

### YÖNETİŞİM

Yönetişim kavramı, 1980'li yıllarda küreselleşmeyle birlikte devletin ekonomiye müdahalesini sınırlayan, ekonominin uluslararası dolaşımını ve daha güçlü hale

<sup>1</sup> Dr., Ordu Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, gkaraman28@hotmail.com

oluşturulacak sistemler ve süreçler ortaya konulmalı ve uzun vadeli ve planlı bir şekilde çevre dostu uygulamalara geçiş yapılmalı ve bu çabalar yaygınlaştırılmalıdır. Kamu ve özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve gönüllüler arasındaki koordinasyon bu kapsamda toplumsal bir farkındalık için gereklidir. Sonuç olarak çevreye duyarlılık bireyden kurumlara, yerelden uluslararasına doğru topyekün bir paradigma değişimine ve çabaya ihtiyaç duymaktadır.

## KAYNAKLAR

- Aras, G. & Crowther, D. (2008). Governance and sustainability: An investigation into the relationship between corporate governance and corporate sustainability. *Management Decision*, 46(3), 433-448. Doi.org/10.1108/00251740810863870.
- Balı, S. & Cinel, M. O. (2011). Bir rekabet aracı olarak kurumsal sosyal sorumluluk. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 45-60.
- Bivins, T. (2006). Responsibility and accountability. *Ethics in public relations: Responsible advocacy*, 19-38.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of A Definitional Construct. *Business And Society*, 38(3), 268-295. Doi.org/10.1177/000765039903800303.
- Crowther, D. & Aras, G. (2008). *Corporate Social Responsibility*. London: Ventus Publishing ApS.
- Dağdemir, Ö. (2005). Birleşmiş milletler iklim değişikliği çerçeve sözleşmesi ve ekonomik büyüme: iklim değişikliği politikasının Türkiye imalat sanayii üzerindeki olası etkileri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 60(2), 49-70.
- Duff, R. A. (2004). Who is responsible, for what, to whom. *Ohio State Journal Of Criminal Law*, (2), 44-461.
- Genç, N. (2005). *Yönetim ve Organizasyon Çağdaş Sistemler ve Yaklaşımlar*. (2. Baskı). İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Graham, J., Amos, B., & Plumptre, T. W. (2003). *Governance principles for protected areas in the 21st century*. Canada: Institute on Governance.
- Güner, U. (2020). *Çevresel Sürdürülebilirlik*. (Versiyon 1.0.1.2020). Edirne: Trakya Üniversitesi. (10.02.2023 tarihinde <https://www.books.google.com.tr/boks> adresinden ulaşılmıştır).
- Harris, J. M. (2003). Sustainability and sustainable development. *International Society for Ecological Economics*, 1(1), 1-12.
- İşcan, Ö. F. & Kaygın, E. (2009). Kurumsal yönetim sürecinin gelişimi üzerine bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 213-224.
- Kalfa, C. & Ataay, F. (2008). Yönetişim: Devlet Toplum İlişkilerinde Yeni Bir Aşama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (3), 229-240.
- Kooiman, J. & Bavinck, M. (2005). The Governance Perspective. In J. Kooiman, M. Bavinck, S. Jen-toft & R. Pullin (Eds.), *Interactive governance for fisheries* (pp. 1-24). Netherlands: University of Amsterdam Press,
- Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is sustainability?. *Sustainability*, 2(11), 3436-3448. Doi.org/10.3390/su2113436.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing* 18(2), 595-630.
- Lemos, M. C. & Agrawal, A. (2006). Environmental governance. *Annual Review of Environment and Resources*, 31, 297-325. Doi.org/10.1146/annurev.energy.31.042605.135621.
- Lockwood, M., Davidson, J., Curtis, A., Stratford, E., & Griffith, R. (2010). Governance principles for natural resource management. *Society and Natural Resources*, 23(10), 986-1001. Doi.Org/10.1080/08941920802178214
- Martı, H. (2019). *Hadisler Ekseninde Çevre Ahlakı*, (3. Baskı). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

- Memduhoğlu, H. B. & Yılmaz, K. (2017). *Yönetimde Yeni Yaklaşımlar* (Güncellenmiş ve Genişletilmiş 3. Baskı), Ankara: Pegem Akademi.
- Mevzuat (2003). 4904 sayılı Türkiye İş Kurumu Kanunu. (03.01.2023 tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/Mevzuat/Metin/1.5.4904-20111011.pdf> adresinden ulaşılmıştır).
- Mevzuat (2006). *Kent Konseyi Yönetmeliği*. (04.01.2023 tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/ana-sayfa/MevzuatFihristDetayIframe?MevzuatTur=7&MevzuatNo=10687&MevzuatTertip=5> adresinden ulaşılmıştır).
- Mintzberg H. (1983). The case for corporate social responsibility. *The Journal of Business Strategy* 4(2): 3-15.
- Mutisya, E., & Yarime, M. (2014). Moving towards urban sustainability in Kenya: a framework for integration of environmental, economic, social and governance dimensions. *Sustainability science*, 9, 205-215.
- Olson, E. G. (2008). Creating an enterprise-level green strategy. *Journal of business strategy*, 29(2), 22-30. Doi.org/10.1108/02756660810858125.
- Parker, L. D. (2000). Green strategy costing: Early days. *Australian Accounting Review*, 10(20), 46-55.
- Sürdürülebilirlik (2023). 15 Corporate Social Responsibility Examples. (05.02.2023 tarihinde <https://www.sustainablebusinessstoolkit.com> adresinden ulaşılmıştır).
- Seebacher, F. & Franklin, C. E. (2012). Determining environmental causes of biological effects: the need for a mechanistic physiological dimension in conservation biology. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 367(1596), 1607-1614. Doi.10.1098/rstb.2012.0036.
- Sobacı, M. Z. (2007). Yönetişim kavramı ve Türkiye’de uygulanabilirliği üzerine değerlendirmeler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 195-208.
- Tilman, D. & Lehman, C. (2001). Human-caused environmental change: impacts on plant diversity and evolution. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 98(10), 5433-5440. Doi.10.1073/Pnas.091093198.
- Wan-Jan, W. S. (2006). Defining corporate social responsibility. *Journal of Public Affairs: An International Journal*, 6(3-4), 176-184. Doi.org/10.1002/pa.227.
- Wheelen, T.L. & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability* (13th ed.), USA: Pearson Education.
- Windsor, D. (2001). The future of corporate social responsibility. *The international journal of organizational analysis*, 9(3), 225-256. Doi.org/10.1108/eb028934.