ResearchGate

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: https://www.researchgate.net/publication/349505864

. ULUSLARARASI BANKACILIK KONGRESİ BİLDİRİLER KİTABI 1ST INTERNATIONAL BANKING CONFERENCE PROCEEDINGS Kongre Tarihi / Date of Conference 4-5 Mayıs 2018 / 4-5th May 2018

Conference Paper · February 2021

CITATIONS
0

READS
329

1 author:



Ayşen Reyhan Wolff
Giresun University
18 PUBLICATIONS **37** CITATIONS

SEE PROFILE

All content following this page was uploaded by Ayşen Reyhan Wolff on 22 February 2021.

The user has requested enhancement of the downloaded file.

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
1993
Ticari Bilimler Fakültesi
25. Yıl

1. ULUSLARARASI BANKACILIK KONGRESİ

1. ULUSLARARASI BANKACILIK KONGRESİ

BİLDİRİLER KİTABI

"Akademisyenler ve Bankacılar Buluşuyor"

04-05 Mayıs 2018 / ANKARA

1st INTERNATIONAL BANKING CONFERENCE PROCEEDINGS

04-05th May 2018 / ANKARA

1. ULUSLARARASI BANKACILIK KONGRESİ
BİLDİRİLER KİTABI

1ST INTERNATIONAL BANKING CONFERENCE
PROCEEDINGS

Kongre Tarihi / Date of Conference

4-5 Mayıs 2018 / 4-5th May 2018

Ev Sahibi Kurum

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ

Derleyenler

Araş.Gör. Gülay EROL BOYACI

Araş.Gör. Gökhan KILIÇ

Dr. Öğr. Üyesi Burcu GÜROL

Doç.Dr. Erdem KIRKBEŞOĞLU

Araş.Gör. Bade EKİM KOCAMAN

BİLİM KURULU

Prof. Dr. Ahmet Aksoy	Gazi Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Burak Arzova	Nişantaşı Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Abdülkadir Varoğlu	Başkent Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Emin Akçaoğlu	Würzburg Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Almanya
Prof. Dr. Ramazan Aktaş	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Kerem Alkın	İstanbul Medipol Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Erişah Arıcan	Marmara Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Mehmet Arslan	Gazi Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu	Piri Reis Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Metin Coşkun	Anadolu Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Mete Doğanay	Çankaya Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Mehmet Hasan Eken	Kırklareli Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Metin Kamil Ercan	Gazi Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Murat Erdoğan	Kastamonu Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Mutlu Başaran Öztürk	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Kadir Eser	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Turhan Korkmaz	Mersin Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. C. Coşkun Küçüközmen	İzmir Ekonomi Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Esin Okay	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Nermin Özgülbaş	Başkent Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Şakir Sakarya	Balıkesir Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Suat Teker	Işık Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Mustafa Erdinç Telatar	Okan Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Sadi Uzunoğlu	Trakya Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Halit Targan Ünal	Okan Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Yasemin Deniz Akarım Koç	Dumlupınar Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ece Ceylan Akdoğan	Çankaya Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Kadir Murat Altıntaş	Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Mehmet Fuat Beyazıt	İstanbul Bilgi Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Serkan Çankaya	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Hasan Dinçer	İstanbul Medipol Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Satyanarayana Murthy Dogga	Rajasthan Merkez Üniversitesi	Hindistan
Doç. Dr. Niyazi Erdoğan	Ufuk Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ersan Ersoy	Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ebru Güven Solakoğlu	Bilkent Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Feride Hayırsever Baştürk	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ferudun Kaya	Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Selçuk Kendirli	Hitit Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. İlhan Küçükkaplan	Pamukkale Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Nuri Ömürbek	Süleyman Demirel Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Vesile Ömürbek	Süleyman Demirel Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ercan Özen	Uşak Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Hetti A. Gamini Premaratne	Brunei Darussalam Üniversitesi	Brunei
Doç. Dr. Magdalena Radulescu	Preşti Üniversitesi	Romanya
Doç. Dr. Syed Aun R. Rizvi	Lahore Yönetim Bilimleri Üniversitesi	Pakistan
Doç. Dr. İlker Sakınç	Hitit Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Aijaz A. Shaikh	Jyväskylä Üniversitesi	Finlandiya
Doç. Dr. Nihat Solakoğlu	Bilkent Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Gökhan Sönmezler	Trakya Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ali Aslan Şendoğdu	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Başak Tanınmış Yücememiş	Marmara Üniversitesi	Türkiye

BİLİM KURULU

Doç. Dr. Cihan Tanrıöven	Gazi Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ferhat Topbaş	Balıkesir Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Tolga Ulusoy	Kastamonu Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Pavla Klepkova Vodova	Silesian Üniversitesi	Çek Cumhuriyeti
Doç. Dr. Sedat Yenice	Gazi Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ulaş Ünlü	Nevşehir Hacı Bektaş Velir Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Hüseyin Selimler	İstanbul Aydın Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Faruk Akın	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Akman	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Arif Eren	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Gülay Selvi Hanişoğlu	Beykent Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Ali Acaray	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Vedat Akman	Beykent Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Çelik	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Seçkin Arslan	Ömer Halisdemir Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Selma Aytüre	Aksaray Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Sedat Ayyıldız	Aksaray Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Eşref Savaş Başcı	Hitit Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Ufuk Başoğlu	Marmara Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Volkan Dayan	Trakya Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Tülay Demiralay	Trakya Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Murat Dilmaç	Atatürk Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Levent Erdaş	Akdeniz Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Gamze Göçmen Yağcılar	Süleyman Demirel Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Gör	Çankırı Karatekin Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Aysel Gündoğdu	İstanbul Medipol Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Özcan Işık	Cumhuriyet Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Süleyman Kale	Kırklareli Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Ayben Koy	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem Kurt Cihangir	Hitit Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Turgay Münyas	Okan Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Özlem Özarslan Saydar	Nişantaşı Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Özkul	Süleyman Demirel Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Cihat Savsar	Hitit Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Bora Selçuk	Kadir Has Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Tuna	Gaziosmanpaşa Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Merve Tuncay	Cumhuriyet Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Atamer Yarol	İstanbul Arel Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Selim Cengiz	Çankırı Karatekin Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Akgül	Cumhuriyet Üniversitesi	Türkiye
Dr. Wajahat Azmi	İslami Finans Uluslararası Eğitim Merkezi	Malezya
Dr. Simon Grıma	Malta Üniversitesi	Malta
Dr. Jones Odei Mensah	Witwatersrand Wits Üniversitesi	Güney Afrika
Dr. Sezercan Bektaş	Gazi Üniversitesi	Türkiye

İÇİNDEKİLER

KONGRE DESTEKÇİLERİ ii
SUNUŞ iv
DÜZENLEME KURULU v
BİLİM KURULU vi
SAYILARLA KONGRE viii
İÇİNDEKİLER x

BİLDİRİLER

ÖRGÜT İKLİMİ VE MESLEKİ BAĞLILIK ARASINDAKİ İLİŞKİ: BANKACILIK VE FİNANS SEKTÖRÜNDE STAJ YAPAN ÖĞRENCİLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA 1
Yrd. Doç. Dr. Ali ACARAY, Yrd. Doç. Dr. Saadet Ela PELENK

VARLIK YÖNETİM ŞİRKETLERİ SEKTÖRÜ VE FİNANSAL ANALİZİ 10
Yrd. Doç. Dr. Özen AKÇAKANAT, Yrd. Doç. Dr. Ozan ÖZDEMİR, Arş. Gör. Türker TEKER

ÖZEL BANKACILIK HİZMETLERİ KAPSAMINDA SANAT DANIŞMANLIĞI VE KOLEKSİYON YÖNETİMİ 16
Yrd. Doç. Dr. Vildan Hilal AKÇAY, Murat KILIÇ

TÜRKİYEDE FAALİYET GÖSTEREN MEVDUAT BANKALARININ NET DÖNEM KARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: BULANIK REGRESYON UYGULAMASI 21
Yrd. Doç. Dr. Yusuf AKGÜL, Öğr. Gör. Fuat ÇAMLIBEL, Prof. Dr. Ahmet ŞENGÖNÜL

KATILIM SİGORTACILIĞINDA DANIŞMA KOMİTESİNİN KONUMU VE HUKUKİ NİTELİĞİ 27
Dr. Mehmet Ali AKSOY

TÜRKİYE'DEKİ SİGORTA ŞİRKETLERİNİN DERECELENDİRİLMESİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ 33
Eda ALTUNTAŞ, Yrd. Doç. Dr. Şeref HOŞGÖR

İSTİKRARLI BİST 100 HİSSELERİNDE SÜRÜ DAVRANIŞININ TEST EDİLMESİ 42
Öğr. Gör. Şerife ANGUN, Öğr. Gör. Dr. Özge KORKMAZ, Doç. Dr. Süleyman Serdar KARACA

FİNANSAL LİBELARİZASYON, BANKA KREDİLERİ VE KAYNAK DAĞILIM ETKİNLİĞİ 52
Yrd. Doç. Dr. Şükrü APAYDIN, İbrahim BAŞARAN

MODİFİYE EDİLMİŞ ENTELEKTÜEL SERMAYE KATMA DEĞER KATSAYISI YÖNTEMİ İLE TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN ENTELEKTÜEL SERMAYE PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ 60
Arş. Gör. Buket ATALAY, Yrd. Doç. Dr. Soner GÖKTEN

BANKALARIN FİNANSAL PERFORMANSININ MULTİ-MOORA YÖNTEMİ İLE ANALİZİ 67
Yrd. Doç. Dr. M. Esra ATUKALP

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KARLILIĞI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN PANEL VERİ ANALİZİ İLE İNCELENMESİ 79
Dr. Öğr. Üyesi Yüksel AYDIN, Doç. Dr. Süleyman BOLAT, Dr. Öğr. Üyesi Ayhan DEMİRCİ

TÜRK BANKALARININ NET FAİZ MARJINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER 89
Yrd. Doç. Dr. Yüksel AYDIN, Öğr. Gör. Şerife Merve KOŞAROĞLU, Yrd. Doç. Dr. Esra AYDIN ÜNAL

DİJİTAL BANKACILIKTA GÖRSEL, İŞİTSEL, DİZGESEL ALGININ DEĞİŞEN ALGORİTMALARI 98
Tülin BALCIOĞLU

ETİK YÖNETİMİ AÇISINDAN ÇIKAR ÇATIŞMALARI; TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 107
Av. Dr. Bülent BALKAN

TÜRKİYE'DE BANKACILIK SEKTÖRÜ İSTİHDAMININ ÖZELLİKLERİ: ENFORMASYONALİZM BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME 116
Yrd. Doç. Dr. Şenol Baştürk

DETERMINANTS OF BANKING SECTOR PROFITABILITY IN TRANSITION ECONOMIES OF CENTRAL AND EASTERN EUROPEAN UNION: A PANEL REGRESSION ANALYSIS 121
Doç Dr. Yilmaz Bayar, Sevgi Özsezer

BİST-SİGORTA (XSGRT) ENDEKSİNİN GETİRİ YAPISININ MARKOV REJİM DEĞİŞİMİ MODELİ İLE İNCELENMESİ 132
Yrd. Doç. Dr. Ender BAYKUT, Prof. Dr. Veysel KULA

LİKİDİTENİN KARLILIK ÜZERİNE ETKİSİ: BİST TİCARET ENDEKSİ İÇİN GMM MODELİ UYGULAMASI 136
Yrd. Doç. Dr. Ender BAYKUT, Doç. Dr. Ercan ÖZEN, Yrd. Doç. Dr. Eser YEŞİLDAĞ

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE TAKİPTEKİ KREDİLER ORANINI ETKİLEYEN BANKAYA ÖZGÜ VE MAKROEKONOMİK FAKTÖRLER 141
Yrd. Doç. Dr. Murat BELKE, Arş. Gör. Mustafa ÇELİK, Arş. Gör. Yusuf KAHREMAN

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KREDİ RİSKİNİN LİKİDİTE RİSKİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: YABANCI VE YERLİ BANKALARDAN KANITLAR 151
Yrd. Doç. Dr. Murat BELKE, Yrd. Doç. Dr. Süreyya KOVACI, Öğr. Gör. Şerife Merve KOŞAROĞLU

İSLAMİ BANKACILIK FAALİYETİNE BAŞLAYAN KONVANSİYONEL BANKALAR VE MÜŞTERİLERİNİN BİLGİ, GÜVEN, TERCİH, MEMNUNİYET VE RAHATSIZLIK DÜZEYLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: ZİRAAT BANKASI VE VAKIFBANK ÖRNEĞİ 161
Öğr. Gör. Mustafa BEYBUR, Arş. Gör. Yusuf Ozan YILDIRIM

FUTURE OF BANKING RISK MANAGEMENT: RECOMMENDATIONS FOR BEST PRACTICE 171
Dr. Sezer Bozkuş Kahyaoğlu, Prof. Dr. Ganite Kurt

AN EMPIRICAL WORK ON THE CAPITAL ADEQUACY PUZZLE OF BANKS IN THE CONTEXT OF DIVERSIFICATION HYPOTHESIS: THE CASE OF TURKISH BANKING SECTOR 178
Dr. Sezer Bozkuş KAHYAOĞLU

TÜRKİYE'DE BANKA VE SİGORTACILIK İŞLEMLERİNDEN DOĞAN UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜMÜNDE TAHKİM UYGULAMASININ İNCELENMESİ 185
Doç. Dr. Derviş BOZTOSUN, Doç. Dr. Selahattin KOÇ, Öğr. Gör. Barış AKSOY

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE TAKİPTEKİ KREDİLERİN MAKROEKONOMİK VE MİKRO-EKONOMİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ 198
Öğr. Gör. Mısra ÇAKALOĞLU, Öğr. Gör. Pınar UÇAR, Öğr. Gör. Dr. Zeynep TÜRKCAN

GETİRİ VE VOLATİLİTEDE UZUN HAFIZA: BİST BANKA ENDEKSİ ÖZELİNDE ETKİN PİYASALAR HİPOTEZİNİN TESTİ 205
Doç. Dr. İsmail ÇELİK, Arş. Gör. Harun KAYA

KKTC'NİN MAKROEKONOMİK PERFORMANSI 218
Öğr. Gör. Dr. Eşref Uğur ÇELİK, Prof. Dr. Mustafa İSMİHAN, Doç. Dr. Kamil SERTOĞLU

IFRS 17 SİGORTA SÖZLEŞMELERİ STANDARDININ FİNANSAL TABLOLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ 219
Arş. Gör. Gizem ÇOPUR VARDAR, Yrd. Doç. Dr. Tuba DERYA BASKAN

BANKALARIN PİYASA DEĞERİNİN DİĞER YATIRIM ARAÇLARIYLA İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA 225
Yrd. Doç. Dr. Volkan DAYAN, Yrd. Doç. Dr. Serdar ERDOĞAN

KARLILIK VE ÇEŞİTLENDİRMENİN BANKALARIN BÜYÜMESİ ÜZERİNDEKİ ETKİNLİĞİNİN VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ 230
Yrd. Doç. Dr. Murat DİLMAÇ, Prof. Dr. Aslan GÜLCÜ, Arş. Gör. Serpil Sumer

BANKA KÂRLILIĞI VE MADDİ OLMAYAN DURAN VARLIKLAR ARASINDAKİ İLİŞKİ: BİST'TE İŞLEM GÖREN BANKALAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA 239
Yrd. Doç. Dr. Murat DİLMAÇ, Arş. Gör. Serpil Sumer, Doç. Dr. Ramazan YANIK

BANKACILIKTA VE FİNANSAL HİZMETLERDE FÜTÜRİZM 247
Yrd. Doç. Dr. Cüneyt Dirican

ETKİNLİK VE VERİMLİLİK DEĞİŞİMLERİ İLE HİSSEDAR GETİRİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA 257
Arş. Gör. Serhat DURANAY, Yrd. Doç. Dr. Gamze GÖÇMEN YAĞCILAR

SİGORTA ŞİRKETLERİNİN SERMAYE YETERLİLİĞİ ANALİZİ: RASYO YÖNTEMİ 268
Yrd. Doç. Dr. Günay Deniz DURSUN, Yrd. Doç. Dr. Ali KABLAN

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KİŞİSEL VERİ GÜVENLİĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 273
Yrd.Doç.Dr. Aylin ERDOĞDU

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİNDE YER ALAN BANKALARİN FİNANSAL PERFORMANS GÖSTERGELERİNDEKİ DEĞİŞİM BİST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 282
Doç. Dr. Deniz Umut ERHAN, Öğr. Gör. Burçak KIZILTAN, Aslı VURAL

MOBİL BANKACILIK UYGULAMALARINDA GÜVENLİK 292
Arş. Gör. Esra EROĞLU, Yrd. Doç. Dr. Esma ERGÜNER ÖZKOÇ

BANKALARDA SERMAYE YAPISI KARARLARININ KARLILIK ÜZERİNE ETKİSİ: TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 299
Doç. Dr. Ersan ERSOY, Doç. Dr. Ulaş ÜNLÜ, Arş. Gör. İbrahim YAĞLI

BANKACILIK SEKTÖRÜ KREDİLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ 306
Yrd. Doç. Dr. Meryem Filiz BAŞTÜRK

BANKACILIK ENDEKSİ/SINAİ ENDEKSİ RASYOSUNUN VOLATİLİTE MODELLEMESİ: BORSA İSTANBUL ÜZERİNE BİR UYGULAMA 312
Yrd. Doç. Dr. Sümeyra GAZEL

OTOMATİK KATILIM SİSTEMİNDE CAYMA HAKKINI KULLANANLAR VE BİR ANKET UYGULAMASI 322
Umut GÜNAY

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE İŞ ZEKÂSI UYGULAMALARI: BİR SİSTEMATİK HARİTALAMA ÇALIŞMASI 331
Öğr. Gör. Gülten ŞENKUL, Doç. Dr. Murat Paşa UYSAL

BİREYSEL EMEKLİLİK SEKTÖRÜNÜN PERFORMANSININ TOPSIS ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMİ İLE ÖLÇÜLMESİ 340
Yrd. Doç. Dr. Burcu GÜROL, Müge İMAM

TÜRK BANKALARININ LİKİDİTESİNİ ETKİLEYEN MAKROEKONOMİK VE BANKAYA ÖZGÜ FAKTÖRLERİN AMPİRİK ANALİZİ 351
Yrd. Doç. Dr. Özcan IŞIK, Arş. Gör. Ersan ERSOY, Doç. Dr. Yusuf KAHREMAN

YÖNETİM KURULU YAPISI VE BANKA KARLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİ: DİNAMİK PANEL VERİ ANALİZİ 361
Yrd. Doç. Dr. Özcan IŞIK, Doç. Dr. Ersan ERSOY, Yrd. Doç. Esra AYDIN ÜNAL

BANKACILIKTA HİLE RİSKİ DEĞERLEMESİ VE HİLE DENETİMİNDE KIRMIZI BAYRAKLAR: MUHTEMEL SENARYOLAR ÜZERİNDEN ÖRNEK BİR UYGULAMA 372
Öğr. Gör. İsmail KABAN, Yrd. Doç. Dr. Mustafa GÜL, Öğr. Gör. Yasin ERYILMAZ

KREDİ KARTI VE BANKA KARTI KULLANIMININ TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜ GELİR TABLOSU KALEMLERİ ÜZERİNE ETKİSİNİN ANALİZİ 381
Bergen KAKAÇ, Yrd. Doç. Dr. Eşref Savaş BAŞCI

BANKALARIN REKABETİ İHLAL KARARININ MÜŞTERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: ÖRNEK BİR UYGULAMA 387
Doç. Dr. Süleyman KALE, Doç. Dr. Hüseyin SELİMLER

BANKALARIN RİSK ALMA DAVRANIŞINDA BANKAYA ÖZGÜ FAKTÖRLERİN ETKİSİ 395
Yrd. Doç. Dr. İlkut Elif KANDİL GÖKER, Yrd. Doç. Dr. Bahadır UYSAL

DÖVİZ KURUNDAKİ DEĞİŞİMLERİN DESTEK VEKTÖR MAKİNELERİ İLE BORSA ENDEKSİ HAREKET YÖNÜNÜN TAHMİN EDİLMESİ: BİST BANKA ÖRNEĞİ 403
Öğr. Gör. İsmail KARA, Doç. Dr. Cantürk KAYAHAN

THE CHANGING ROLE OF CENTRAL BANKING AFTER THE 2008 GLOBAL FINANCIAL CRISIS 407
Dr. Funda KARA, İrem KÜÇÜKBAŞARAN

KRİPTO PARALARIN SOSYAL ETKİLERİ: BİR BAĞIMLININ KRİPTO PARA İLE UYARICI TEMİNİ 414
Öğr. Gör. Özlem KARADAĞ AK, Prof. Dr. Mehmet AK

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BLOCKCHAIN TEKNOLOJİSİNİN MİLADI VE UYGULAMANIN YAYGINLAŞMASININ KAÇINILMAZLIĞI 419
Öğr. Gör. Özlem KARADAĞ AK, Doç. Dr. Aslan ŞENDOĞDU, Yrd. Doç. Dr. Ayşe Elif YAZGAN, Yrd. Doç. Dr. Resul ÖZTÜRK

SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ: UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA 428
Öğr. Gör. Dr. Davut KARAMAN, Ali KARAKOÇ

TÜRKİYE'DE BANKA SATINALMA-BİRLEŞMERİNİN İNCELENMESİ VE FİNANSAL PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ 435
Prof. Dr. Cevdet Alptekin KAYALI, Arş. Gör. Oğuzhan AKDEMİR

MOBBİNG'İN ÇALIŞANLARIN PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİ: İSTANBUL'DA BANKACILIK SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA 440
Dr. Murat KESEBİR

TEORİDE VE UYGULAMADA HUKUKİ AÇIDAN FACTORING İŞLEMİ 455
Prof. Dr. Arif KOCAMAN

TÜRKİYE' DE SERMAYE PİYASALARI VE BORSALARIN GELİŞİM SÜRECİ 461
Yrd. Doç. Dr. Güner KOÇ AYTEKİN

VARLIK YÖNETİM ŞİRKETLERİNİN BANKACILIKTAKİ ROLÜ 470
Öğr.Gör. İrem KÜÇÜKBAŞARAN, Öğr.Gör. Dr. Funda KARA

BANKACILIK HİZMETLERİ İÇİN GELİŞTİRİLEN KULLANICI DENEYİMİ YÖNTEMİ 479
Dr. İlker MET, Dr. Ertuğrul Umut UYSAL, Dr. Ayfer ERKOÇ

CONSIDERING OIL PRICE LEVELS ON THE MONETARY POLICY AND EXCHANGE RATE RELATIONSHIP: EVIDENCE FROM ALGERIA 489
Mabruka MOHAMED, Afşin ŞAHİN

KAMU SERMAYELİ MEVDUAT BANKALARININ KARLILIKLARININ GRİ TAHMİN YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ 496
Doç. Dr. Vesile ÖMÜRBEK, Yrd. Doç. Dr. Özen AKÇAKANAT, Esra AKSOY

CAMELS PERFORMANS DEĞERLEME MODELİ İLE BİST' DE İŞLEM GÖREN BANKALARIN ANALİZİ 509
Prof. Dr. Semra ÖNCÜ, Doç. Dr. Nilgün KAYALI, İrem DOĞAN

BANK COMPETITION, REGULATIONS, AND STABILITY IN DEVELOPED COUNTRIES 514
Gamze Öztürk DANIŞMAN

EKONOMİ HUKUKUNUN UYGULAMADA ORTAYA ÇIKARDIĞI SORUNLAR: 12 BANKA KARTEL KARARI ÜZERİNDEN BİR İNCELEME 521
Dr. Önder PERÇİN

LOAN-TO-VALUE POLICY: EVIDENCE FROM TURKISH DUAL BANKING SYSTEM 527
Assist. Prof. Dr. Burak PIRGAIP, Assoc. Prof. Dr. Ali HEPSEN

ULUSLARARASI TİCARETTE ÖDEME ŞEKİLLERİ: 1998-2016 TÜRKİYE İTHALATININ DEĞERLENDİRİLMESİ 536
Dr. Ali POLAT

SİGORTA MÜŞTERİLERİ İÇİN GÜVEN VE HİZMET KALİTESİ SADAKAT ÜZERİNE ETKİLİ Mİ? 548
Dr.Öğr.Üyesi Gaye AÇIKDİLLİ, Arş.Gör. Abdullah Buğra SOYLU

MALMQUİST YÖNTEMİYLE KÂRLILIK TEMELİNDE ETKİNLİK ANALİZİ: AZERBAYCAN BANKALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 557
Dr. Nurhodja AKBULAEV, Emin İBRAHİMOV

TMS 12 GELİR VERGİLERİ STANDARDININ BANKA DÖNEM NET KÂRINA ETKİSİ 558
Prof. Dr. Nalan AKDOĞAN, Arş. Gör. Gökhan KILIÇ

BORSA İSTANBUL'DA İŞLEM GÖREN BANKALARA AİT HİSSE SENEDİ FİYATLARININ YAPAY SİNİR AĞLARI İLE TAHMİNİ 568
Doç.Dr. Utku ALTUNÖZ

BİREYSEL EMEKLİLİK ŞİRKETLERİNİN ETKİNLİK DEĞERLEMESİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA 582
Doç.Dr. Nilüfer DALKILIÇ, Arş.Gör. Murat KIRKAĞAÇ

KATILIM BANKACILIĞININ GELİŞİM SÜRECİ VE KATILIM BANKACILIĞINI ORTAYA ÇIKARAN FAKTÖRLER 593
Dr. Nedim DİKMEN, Öğr.Gör. Atakan BÜYÜKBOSTANCI, Bedrettin ŞİMŞEK

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE DENGELİ SKORKART YAKLAŞIMINA GÖRE YENİ HİZMET GELİŞTİRME ÖLÇÜMÜ: PERFORMANS DEĞERLEMEDE BÜTÜNLEŞİK BULANIK KARAR VERME MODEL ÖNERİSİ 602
Doç.Dr. Hasan DİNÇER, Dr. Serhat YÜKSEL, Öğr.Gör. Serkan ETİ

TÜRK MEVDUAT BANKALARININ KÂRLILIK ANALİZİ: CAMELS PERFORMANS RASYOLARI ile YERLİ ve YABANCI SERMAYELİ BANKA KARŞILAŞTIRMASI 622
Araş.Gör. Bade EKİM KOCAMAN, Dr. Burcu GÜROL

YAPAY SİNİR AĞLARI İLE BORSA ENDEKSİ HAREKET YÖNÜNÜN TAHMİN EDİLMESİ: BİST BANKA ÖRNEĞİ 635
Öğr.Gör. İsmail KARA, Öğr.Gör. M. Ozan KARAHAN, Öğr.Gör. Koray BULUT

BANKACILIK ve FİNANS BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN FİNANSAL OKURYAZARLIK DÜZEYLERİNİN ANALİZİ: MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ 640
Dr. Murat KAYA, Arş.Gör. Hidayet GÜNEŞ

TÜRKİYE'DE BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİNİN GELİŞİMİNİN ŞİRKETLER BAZINDA İNCELENMESİ VE GENEL DURUMU 650
Prof. Dr. Zehra MULUK, Mete ARMAĞAN

REZERV OPSİYON MEKANİZMASI VE TÜKETİCİ KREDİLERİ İLİŞKİSİ 663
Dr. Ş.Gül REİS, Doç.Dr. Bilge KÖKSEL

BİST'TE İŞLEM GÖREN ŞİRKETLERDE GREV KARARI UYGULANMASI İLE HİSSE SENEDİ GETİRİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN OLAY ÇALIŞMASI (EVENT STUDY) YÖNTEMİ İLE ANALİZİ 670
Abdülkadir SAĞLAM

TÜRKİYE ULUSAL VARLIK FONUNUN BANKACILIK SEKTÖRÜNE ETKİSİ 680
Prof.Dr. Şakir SAKARYA, Araş.Gör. Melek AKSU

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN AKTİF YAPISINDAKİ DEĞİŞİM VE GELİŞİM 689
Öğr.Gör. Hakan SARIKALE, Doç.Dr. Cantürk KAYAHAN

BANKA VE FİNANSAL KURUMLARIN KREDİLER VE SORUNLU KREDİLER AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI 694
Doç.Dr. Hüseyin SELİMLER, Doç.Dr. Süleyman KALE

ÖZEL SERMAYELİ BANKALAR, KATILIM VE DEVLET BANKALARININ PERFORMANSLARININ KARŞILAŞTIRMASINDA TOPSİS YÖNTEMİ: 2010-2017 DÖNEMİ İÇİN BİR UYGULAMA 712
Esma SEZGİN, Dr. Eşref Savaş BAŞCI

EXPECTED CREDIT LOSS MODEL BY IFRS 9 AND ITS POSSIBLE EARLY IMPACTS ON EUROPEAN AND TURKISH BANKING SECTOR 719
Dr. Banu SULTANOĞLU

KREDİ GARANTİ FONUNUN TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNE ETKİLERİ VE KREDİLERE CANSUYU OLMASININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ 723
Doç.Dr. A. Aslan ŞENDOĞDU, Dr. Resul ÖZTÜRK, Öğr.Gör. Özlem KARADAĞ AK, Dr. Ayşe Elif YAZGAN

ARBİTRAJ FİYATLAMA TEORİSİ: BANKA PAYLARI İÇİN TÜRKİYE UYGULAMASI 732
Dr. Niyazi TELÇEKEN, Dr. Eyüp KADIOĞLU, Dr. Cemal KÜÇÜKSÖZEN

HOME PURCHASES WITH AND WITHOUT MORTGAGE CREDITS: IMPLICATIONS FOR PORTFOLIO INVESTMENT 744
Dr. Cengiz TUNÇ, Ali GÜNEŞ

BANKACILIK SEKTÖRÜ MİSYON İFADELERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI TÜRKİYE, ABD, İTALYA VE ALMANYA ÖRNEĞİ 748
Prof.Dr. Reyhan Ayşen WOLFF, Yusuf AKER

BANKALARDA KAYNAK KULLANIM YAPISININ MALİYET VE FİYATLAMA ESASLARINDA ETKİNLİĞİNİN BANKA KÂRLARINA YANSIMASI 761
Dr. Beyhan YASLIDAĞ, Dr. Esin Nesrin CAN

KURUMSAL RİSK YÖNETİMİ VE FİRMA PERFORMANSI: BANKACILIK SEKTÖRÜNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA 769
Doç.Dr. Selahattin YAVUZ, Öğr.Gör. Hüseyin ÖZYİĞİT

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KATILIM BANKALARININ FİNANSAL PERFORMANSLARININ ANALİTİK HİYERARŞİ PROSESİ VE GRİ İLİŞKİSEL ANALİZ YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ 779
Dr. A.Elif YAZGAN, Doç.Dr. A.Aslan ŞENDOĞDU, Dr.Resul ÖZTÜRK, Öğr.Gör.Özlem KARADAĞ AK

TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN BANKALARIN FİNANSAL PERFORMANSININ ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME MODELLERİ İLE SIRALANMASI 788
Dr. Eser YEŞİLDAĞ, Doç.Dr. Ercan ÖZEN, Dr. Ender BAYKUT

TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİNE ÜYE ÜLKELERİN BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN KARŞILAŞTIRILMASI 793
Öğr.Gör.Dr. H. Hüseyin YILDIRIM, Prof.Dr. Şakir SAKARYA

GELECEK FİYATLARI (FUTURES PRICES) GELECEKTE AYNI VADEDE GEÇERLİ OLACAK ANINDA FİYATLARIN SAPMASIZ GÖSTERGELERİ MİDİR? 799
Öğr.Gör.Dr. Zeynep TÜRKCAN

SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDE DEĞİŞEN RİSKLER 807
Meltem Balkanlı, Prof.Dr. Serpil Cula

KÜRESEL FİNANSAL KRİZ SÜRECİNDE TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN DIŞ TİCARETİN FİNANSMANINDAKİ ROLÜ 812
Dr.Öğr.Üyesi Nihat DAĞISTAN

CPI, MONEY SUPPLY AND EXCHANGE RATE DYNAMICS IN TURKEY: A VECM APPROACH 821
Assoc.Prof. Onur SUNAL

BANKACILIKTA LİKİDİTE DÜZENLEMELERİ TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜ ÜZERİNE UYGULAMALAR 835
Dr. Ozan GÜLHAN, Prof.Dr. Güray KÜÇÜKKOCAOĞLU

KREDİ HACMİNİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER: TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜ UYGULAMASI 848
Dr. Durmuş Ali KUZU, Prof.Dr. Güray KÜÇÜKKOCAOĞLU

BANKACILIK SEKTÖRÜ AÇISINDAN PİYASA DİSİPLİNİ: TÜRKİYE UYGULAMASI 859
Dr. Melike Aktaş BOZKURT, Prof. Dr. Güray KÜÇÜKKOCAOĞLU

ZAYIF FORMDA PİYASA ETKİNLİĞİNİN KATILIM ENDEKSLERİNDE TEST EDİLMESİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR UYGULAMA 870
Prof.Dr. Şakir SAKARYA, Doç.Dr. Feyyaz ZEREN, Öğr.Gör.Dr. Hilmi Tunahan AKKUŞ

BANKACILIK SEKTÖRÜ MİSYON İFADELERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI TÜRKİYE, ABD, İTALYA VE ALMANYA ÖRNEĞİ

Prof.Dr. Reyhan Ayşen WOLFF

Giresun Üniversitesi

Yusuf AKER

Giresun Üniversitesi

ÖZET

Stratejik yönetimin işletmeler için önemli hale gelmesiyle, misyon ve vizyon kavramları önem kazanmaya başlamıştır. Bu çalışmada misyon ve vizyon ifadeleri incelenecek, iki kavram arasındaki farklar özetlendikten sonra araştırma bölümüne geçilecektir.

Çalışmanın araştırma bölümünde ise Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri, İtalya ve Almanya'da faaliyet gösteren 40 bankanın misyon ifadeleri, şekil ve içerik yönünden incelenerek karşılaştırılmıştır. Şekil yönünden yapılan incelemede, bankaların misyon ifadelerinin kaç kelimeden oluştuğunu tespit edilerek sonuçlar analiz edilmiştir. İçerik yönünden yapılan incelemede ise bir misyonda olması gereken ifadelerin her biri için bir katsayı belirlenmiştir. Oluşturulan puanlama ile ülke ve banka bazlı, içerik yönünden başarılı misyonlar tespit edilmeye çalışılmış, sonuçlar karşılaştırılarak analiz edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Misyon, vizyon, banka, strateji, stratejik yönetim

GİRİŞ

Stratejik yönetim oluşturma sürecinde, en önemli aşamalardan biri sayılan vizyon ve misyon oluşturma aşaması çoğu zaman zor ve karmaşık bir aşama olarak nitelendirilebilmektedir. Bu ifadelerin oluşturulmasında sıklıkla hata ile karşılaşılmaktadır. Ülkeler ve sektörler arasında da ciddi farklılıkların olduğu gözlemlenmektedir. Misyon ve vizyon ifadelerinin birbirleri yerine kullandıklarına da şahit olunabilinmektedir. Oysa örgütlerde misyon ve vizyon ifadeleri birbirinden tamamen farklı durumları ifade etmek için kullanılmaktadır.

Vizyon örgütün gelecekte ne olmak istediğinin bir ifadesidir. Örgütün gelecekte ulaşmak istediği hedefin hangi temeller üzerine kurulacağı, nasıl bir gelecek oluşturulmak istendiği konusunda yol gösteren bir ifadedir (Kılıç, 2010:s89). Gill'e (2003: 312) göre vizyon ise geleceğin istenilen halidir.

Köken itibari ile eski olmasına karşın, yeni dönemde daha çok uygulama alanı bulmaya başlayan vizyon ifadesi, son yıllarda daha çok gündem olmaya başlamış, yönetim ve organizasyon alanında ilgi odağı konulardan biri haline gelmiştir. Geçmiş zamandan ziyade gelecek zaman, işletmeler için ayrı bir anlam ifade

etmektedir. Küreselleşen dünyada etkili bir gelecek projeksiyonu, firmalar için yoğun rekabetin yaşandığı günümüzde şüphesiz ki çok önemli bir avantaj elde etmelerini sağlayacaktır (Koçer,1999).

Vizyonlar, organizasyonun nihai hedefini, gelecekte neyi başarmak istediğini ve organizasyonun ne için var olduğunu, nereye gittiğini açıklayan ifadelerdir. Organizasyonun odaklandığı yolculuğunun rehberi, gerçekleştirmek istediği hayalidir. Arzulanan uzun vadeli konumu ifade etmektedir. Şirket vizyonları çalışanları motive eder, daha iyi bir performansla çalışmalarını sağlarlar.

İçerik bakımından, vizyonların çoğu birbirinden farklılık gösterir ve birbirine benzemez. Bazı vizyonlar sadece finansal sonuçlara odaklandığı için personel motivasyonunda yetersiz kalırlar. Bir şirket yaratıcı bir vizyona sahip olmak istiyorsa, ilan ettiği vizyon ifadesinde aşağıdaki konulara değinmesi gerekmektedir (Jurevicius, 2013). İyi bir vizyon;

1. Çalışanları motive etmeli ve onlara ilham vermelidir.
2. Çalışmak için bir amaç birliği oluşturmalıdır.
3. Yöneticilere, kaynakların etkin bir şekilde kullanılması için rehberlik etmelidir.

Misyon ise bir örgütün gerçekte ne yaptığı, mevcut işin tanımı ve neden bu işi yaptığını, kısaca örgütün varoluş nedenini açıklayan bir ifadedir (Rothaermel, 2012).

Misyonlarda bir örgütün kim olduğu ve ne yaptığını anlatılmaktadır. Çağdaş yönetimin babası olarak adlandırılan Peter Drucker'e göre misyon, oluşturulacak planlar ve stratejilerin ana kaynağıdır. Misyonlar işletmelerin ürünleri, hizmetleri, hedef müşterileri, hedef coğrafi pazarları, değerleri ve gelecek planları hakkında tüm paydaşlarını bilgilendiren önemli bir iletişim aracıdır. Diğer bir deyişle, işletmenin varlığının her önemli nedeni misyona yansıyacaktır. Bart (1996) ise bir misyonun, "bizim amacımız nedir, neyi başarmak istiyoruz, neden varız" sorularının cevabı olması gerektiğini ifade etmiştir.

Misyon, işletme veya örgütün kuruluş ve varoluş nedenini açıklayarak, temel hedef ve amaçlarını net bir şekilde ortaya koymalıdır. İşletme ne tip ürünler üretir, bunları nerede, hangi süreçte ve kimlere sunmaktadır, bunlarla beraber aynı işi yapan diğer işletmelerle arasındaki farklar nelerdir, iş yapma felsefesi ve hangi değerlere sahip olduğu sorularına verilen cevapları, işletme misyonu açıklamaktadır (Ülgen ve Mirze, 2013 ; s:173).

Berry'e göre bir misyon ifadesi, bir şirketin hedeflerini tanımlarken beş önemli noktaya vurgu yapar. Misyonlar şirketin müşteriler, çalışanlar ve sahipleri için ne iş yaptığının ve şirketin faaliyette bulunduğu çevresi ve toplumu için ne yaptığının tanımlanmasıdır.

Etkili bir misyonda bulunması gereken ifadeler şunlardır (David, 2002);

- Müşteriler: İşletmenin müşterileri kimlerdir?
- Ürün ve hizmetler**:** İşletmenin ürün ve hizmetleri nelerdir?

- Pazar ve piyasalar: İşletme hangi pazar ve hangi bölgede rekabet etmektedir?
- Teknoloji: İşletmenin temel teknolojisi nedir?
- Süreklilik, büyüme ve karlılık: İşletme ekonomik hedeflerinde karlı mıdır ?
- Değerleri: İşletmenin temel değerleri, arzuları ve etiği nedir ?
- Yetkinlik: İşletmenin yetkinlik ve rekabet avantajı nedir ?
- Çevreye duyarlılığı: İşletme sosyal çevre ile ilgili konularda duyarlı mıdır?
- Çalışanlar: İşletmenin çalışanlarına verdiği değer nedir ?

Misyonların temel faydaları aşağıdaki şekildedir (Williams,2008);

- İşletmenin plan ve hedefleri hakkında ilgililere bilgi verir.
- Çalışanları şirket hedeflerine odaklar.
- Şirketin ne yaptığının dışa dönük ifadesidir.
- Kaynakların dağıtımı için temel dayanaktır.
- Kısa ve uzun dönem stratejik kararların ana kaynağıdır.

Vizyon ile Misyon Arasındaki Temel Farklar

Vizyon ve misyon ifadeleri genellikle karıştırılmaktadır. Bazen birbirlerinin yerine kullanılmakta, bazen de aynı anda yan yana kullanılarak "misyon ve vizyonumuz" şeklinde başlayan cümlelerle aynı anlamda kullanıldığına şahit olunmaktadır (Jurevicius,2013).

Vizyonlar örgütlerin ulaşmak istediği nihai hedefi tanımlarken, onların gelecek hedeflerine odaklıdır. İçeriği örgütün hedefi ve değerleri ile sınırlıdır. Daha çok şirket çalışanlarına hitap eder, onlara ilham vermeye çalışır. Vizyonlar uzun vadeli, kolay erişilemeyecek hedefleri tanımlar ve her zaman misyonlardan önce oluşturulurlar. Çünkü misyonlar, vizyonların rehberliğinde ortaya çıkarlar.

Misyonlar ise örgütün şu an ne yaptığı ile ilgilidir. Örgütün içinde bulunduğu zaman dilimini tanımlarlar. Misyonlar vizyonlara göre daha kapsamlıdırlar. İçeriğinde hangi müşteri kesimine yönelik faaliyette bulunulduğu, sunulan ürün ve hizmetlerin ne olduğu, hangi piyasada ve ne tür teknoloji kullanıldığından bahsedilir. Örgütün sosyal çevresi için ne yaptığı ve çalışanlara olan faydasından bahsedilir. Misyonlar vizyonlara göre daha kısa vadeli olduğundan sık aralıklarla revize edilebilirler. Jurevicius, misyon ve vizyon arasındaki farkları aşağıdaki şekilde belirtmiştir.

TABLO 1: VİZYON İLE MİSYON ARASINDAKİ FARKLAR

Vizyon	**Misyon**
Amaç	
Bir organizasyonun ulaşmaya çalıştığı hedefi tanımlar.	Bir şirketin şu anda ne yaptığını tanımlar.
Aradığı cevap	
Gelecekteki hedefimiz nedir ?	Şu an ne yapıyoruz ?
İçerik	
-Hedefler -Değerler	-Müşteriler -Ürünler veya hizmetler -Piyasalar -Teknoloji -Varlık sebebi -İş yapma felsefesi -Kendini nasıl gördüğü -Sosyal imajı -Çalışanlara faydası
İlgilendiği zaman dilimi	
Gelecek zamanla ilgilidir.	Şimdiki zamanla ilgilidir.
İlgili kesim	
Şirket çalışanları	Çalışanlar Müşteriler Tedarikçiler Distribütörler Ortaklar ve toplum
Oluşturulma önceliği	
Misyondan önce oluşturulur.	Vizyon belirlendikten sonra oluşturulur.
Değişim sıklığı	
Çok nadir değişir çünkü amaçları gerçekleştirmek uzun zaman alır.	Yeni bir pazara girmeye karar verildiğinde her zaman değiştirilebilir.

YÖNTEM

Bu araştırmada seçkisiz (rastgele) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bankalar Türkiye, ABD, İtalya ve Almanya'da bulunan her biri ülkenin kendi bankalar birliği sitesinden[6] temin edilmiştir. Her bir ülke için 10 banka seçilmiştir.

ÇALIŞMA GRUBU

Ülkelere göre seçilen bankalar aşağıda belirtilmiştir. Her bir banka, ilgili ülkenin Bankalar Birliği resmi sitesinden temin edilmiştir. Her bir bankanın resmi internet sitesinden kendi misyon ifadesi temin edilmiştir.

TABLO 2: ÜLKELERE GÖRE BANKALAR LİSTESİ

Türkiye	İtalya
1 Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	1 Unicredit
2 Türkiye Halk Bankası A.Ş.	2 İnteda Sanpaolo
3 Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	3 Banca Popolare
4 Akbank T.A.Ş.	4 Ubi Banca
5 Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	5 Credit Agricole Bank
6 Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	6 Credem Banca
7 Denizbank A.Ş.	7 Banca Mediolanum
8 Finans Bank A.Ş.	8 Chebanca
9 ING Bank A.Ş.	9 Banco PMP bank
10 Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	10 Veneto Banca
Amerika Birleşik Devletleri	**Almanya**
1 JP Morgan Chase	1 Deusche Bank
2 Citigroup	2 Kfw Bank
3 Toronto Dominion Bank	3 Landes Bank
4 BB&T	4 Deutsche Postbank
5 Stander Bank	5 Nrw Bank
6 Republic Bank	6 Bundesbank
7 Wayne Savings Community Bank	7 Gls Bank
8 Banner Bank	8 Nordbank
9 BBVA Compass Bank	9 North Channel Bank
10 First National Bank	10 BaFin Bank

VERİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ

Birinci analiz kelime sayısına göre yapılacaktır. Kelime; manası veya gramer vazifesi bulunan ve tek başına kullanılan ses veya sesler topluluğudur (Türk Dil Kurumu, 2007). Her bir bankanın misyon ifadesinin kaç kelimeden oluştuğu saptanıp, birbirleri ile karşılaştırılacaktır. Ülkelere göre misyon ifadelerinin kaç kelimeden oluştuğu, ayrıca her bir ülke başına ortalama misyon kelime sayısı hesaplanacaktır.

[6]Türkiye için "Türkiye Bankalar Birliği" (TBB) (https://www.tbb.org.tr/tr/hakkimizda/kurumsal/hakkinda/uyelik/14), Amerika Birleşik Devletleri için "American Bankers Associations" (ABA) (https://www.aba.com/About/Pages/mem_main.aspx), İtalya için "İtalian Banking Association" (ABI) (http://biac.org/our-members/) ve "Almanya için Association of German Banks" internet sitesinden (https://bankenverband.de/mitglieder/) seçilmiştir.

İkinci analizde ise bankalar misyon ifadeleri içerik yönünden incelenecektir. Misyon ifadesinde bulunması gereken içerikler 9 bölüme ayrılmış ve her bir içerik 1 puan ile ifade edilmiştir. Tüm içeriğe sahip bir misyon 9 puan ile temsil edilecektir. Her bir ülke bankası için ayrı ayrı içerik analizi yapılacak olup, sonuçlar alınan puanlara göre karşılaştırılacak ve en başarılı misyon ifadesine sahip bankalar ve ülkeler tespit edilecektir.

BULGULAR

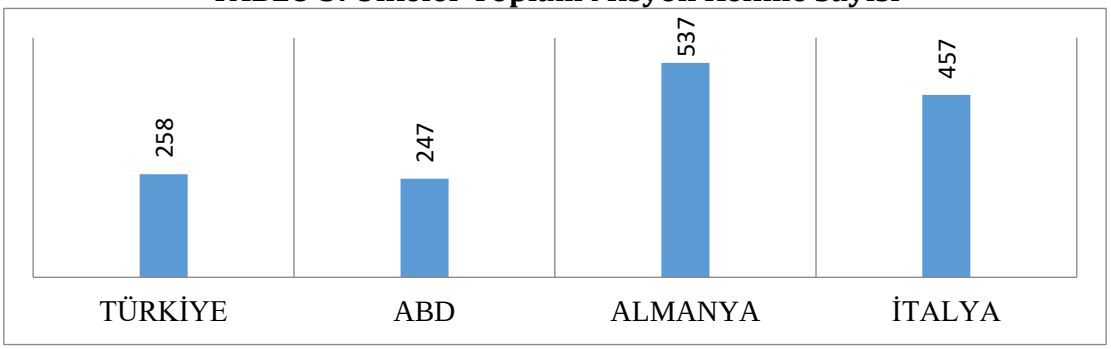
Kelime Sayısına Göre Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde araştırmamıza konu dört ülkenin her birinin, kendi Bankalar Birliği üyeleri içerisinden 10'ar banka seçilmiştir. Seçilen her bankanın resmi internet sitelerinden misyon ifadeleri temin edilerek, bu ifadelerin kaç kelimeden oluştuğu saptanmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda, TABLO 3'te de görüldüğü gibi ülke bazında bankaların misyon ifadelerinin toplam kaç kelimeden oluştuğu görülmektedir. Misyonların en az kelime ile ifade edildiği ülke 247 kelime ile ABD bankaları olmuştur. ABD'yi de 258 kelime ile Türkiye bankaları takip etmiştir. ABD ile Türkiye bankalarına ait verilerin birbirine yakın olduğu saptanmıştır. Bu iki ülkeyi 457 kelime ile İtalya ve 537 kelime ile de Almanya bankaları takip etmiştir. Türkiye ile Almanya'nın misyonları ifade etme şeklinde belirgin bir farklılık bulunduğu saptanmıştır. Almanya'da misyonlar çok daha uzun kelimeler ile ifade edilmiştir. İtalya ile Türkiye arasında ise yaklaşık iki kat fark bulunmaktadır. İtalyan bankaların misyonlarını, ülkemizdeki bankaların kullandığının iki katı daha fazla kelime ile ifade ettikleri saptanmıştır. Amerika ile Türkiye bankalarının misyon ifadelerinde ise kullandıkları kelime sayıları birbirlerine çok yakındır.

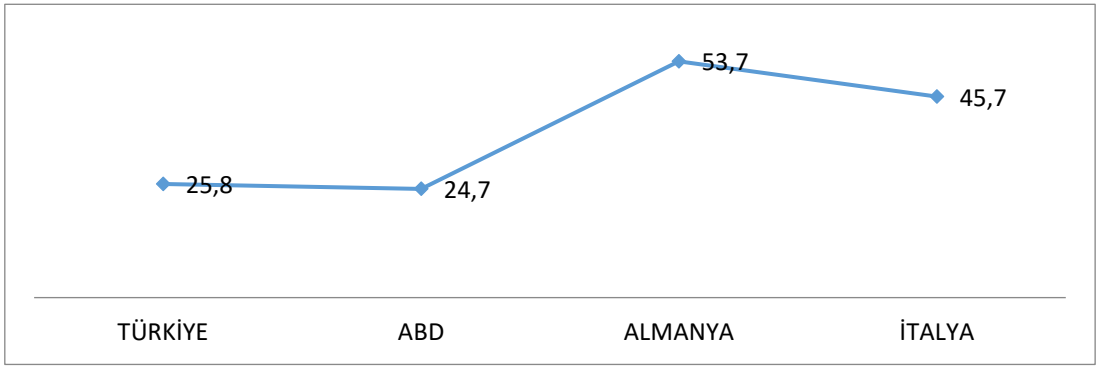
Kelime sayıları ile yapılan analizde daha kesin bir kanıya ulaşmak için tüm Avrupa ülkeleri bankalarının misyon ifadelerinin tespit edilerek sonuçların karşılaştırılması daha sağlıklı bir sonuç verecektir. Seçkisiz örnekleme modeli kullanılan bu araştırmada, örnekler rastgele seçildiği için sadece Almanya ve İtalya bankaları misyonları incelenmiştir. Bu iki ülke verileri üzerinden tüm Avrupa Birliği ülkelerini genelleme yaparak sonuçlar üretmenin doğru olmayacağı kanaatindeyiz. Bu yüzden sonuçlar sadece ülkeler bazında analiz edilerek karşılaştırmalar yapılmıştır.

TABLO 3: Ülkeler Toplam Misyon Kelime Sayısı



TABLO 4'te ise her bir ülkede banka başına ortalama misyonu ifade eden kelime sayıları tespit edilmiştir. Türkiye ile Amerika'daki bankaların misyon ifadelerinin taşıdığı kelime sayılarındaki yakınlık dikkati çekmektedir. İtalya'da ortalama 45 kelime, Almanya'da ise ortalama 53,7 kelimenin kullanıldığı saptanmıştır.

TABLO 4: ÜLKELER ORTALAMA MISYON KELIME SAYISI

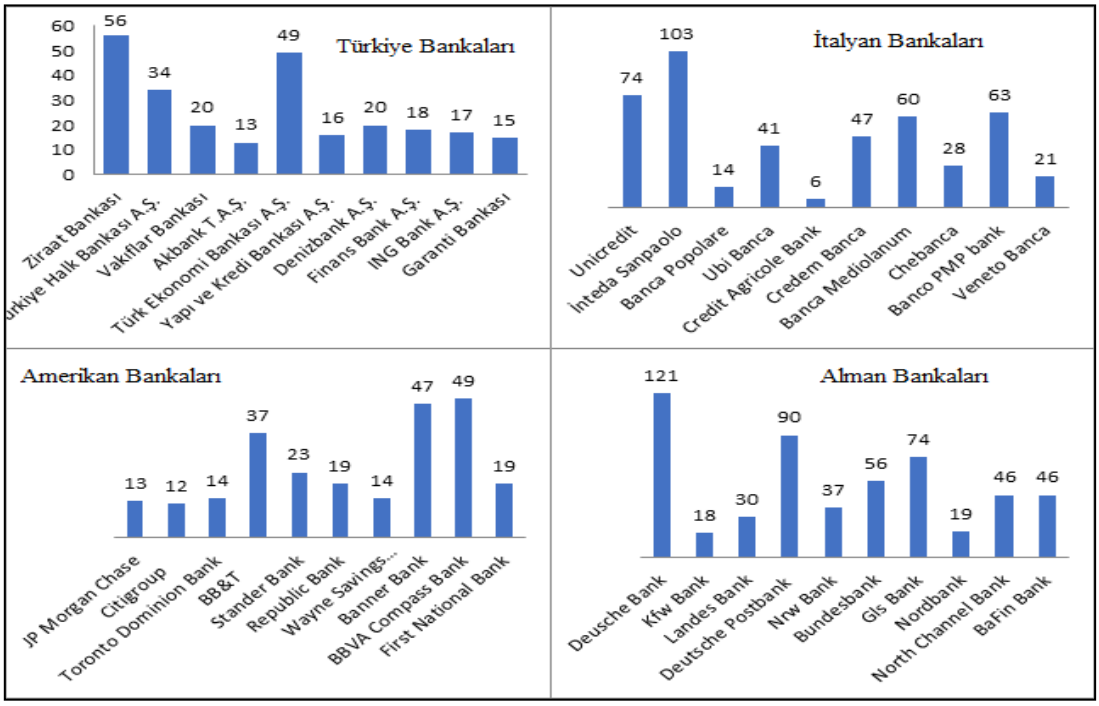


En geniş analizin yapıldığı TABLO 5'te ise her bir ülke için seçilen bankaların misyon ifadelerinin kaç kelimeden oluştuğu ayrı ayrı belirtilmiştir. En düşük kelime sayılı misyon ifadesi 6 kelime ile İtalyan Credit Agricole Bank'ındır. En fazla kelimeden oluşan misyon ifadesi ise Alman Deusche Bank'ın 121 kelimeden oluşan ifadesidir.

Ülkeler için kullanılan misyon ifadelerindeki kelime toplamlarına bakıldığında belli bir kural veya teamülden bahsedilememektedir. Türkiye için en fazla kullanılan kelime 56 iken, en az kullanılan kelime 13 olmuştur. Amerika için en fazla kullanılan kelime 49 iken, en az 13 olmuştur. İtalya için en fazla kullanılan kelime 103 iken, en az kullanılan kelime 6 olmuştur. Son olarak Almanya için en fazla kullanılan kelime sayısı 121 iken, en az 18 kelime kullanılmıştır.

Araştırmanın şekilsel bölümü olan birinci bölümünden çıkarılan sonuç, incelenen ülkelerdeki bankaların misyon ifadelerinin birbirinden farklılık gösterdiği, belli bir standardının olmadığıdır. Misyon ifadesi için kullanılan toplam kelime bakımından Türkiye ve Amerika birbirine yakın bir seyir izlemiştir. Almanya ve İtalya bankaları ise kullanılan toplam kelime bakımından Türkiye ve ABD'den uzaklaşmış, birbirlerine daha yakın seyir izlemişleridir.

TABLO 5: Bankalarının Misyon Kelime Sayısı (Kasım 2017)



Her bir ülke bankasının misyonunda kullandığı kelime sayısı kendi içinde de ayrı bir tasnife tabi tutulmuş ve misyonu oluşturan kelime sayısında belli bir standart olmadığı saptanmıştır. Grafik incelendiğinde, İtalya ve Almanya bankaları misyon ifadelerindeki dengesizlikler dikkati çekmektedir. Amerikan ve Türkiye bankalarında misyon kelime sayılarında daha fazla yakınlık olduğu görülmektedir.

İçerik Yönünden Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde banka misyonlarının içerik yönünden analizi yapılarak, hangi ülke bankalarının misyon ifadelerinin daha başarılı olduğu tespit edilmeye çalışılacaktır. Bir misyonda bulunması gereken içerikler konu olarak 9 bölüme ayrılmıştır. Her bir konu 1 puan ile temsil edilmektedir. Belirtilen tüm içeriklere sahip bir misyon 9 puan ile temsil edilecektir. TABLO 6'da her bir ülke bankasının misyon ifadesinin içerik analizi yapılarak, bahsedilen her konu + ile işaretlenmiş ve bunun karşılığında 1 puan verilmiştir. Daha sonra bankanın misyon ifadesinin bahsedilen içerik toplamına göre kaç puan aldığı en sağ sütunda belirtilmiştir.

TABLO 6: İÇERİK YÖNÜNDEN MİSYON İFADESİ PUAN TABLOSU

Türkiye Bankaları (38)	Müşteriler	Ürünler veya hizmetler	Piyasalar	Teknoloji	Varlık sebebi	İş yapma felsefesi	Kendini nasıl gördüğü	Sosyal imajı	Çalışanlara faydası	TOPLUM
Ziraat Bankası	+	+		+	-	+	+	-	-	5
Halk Bankası	+	+	-	-	+	-	+	+	+	6
Vakıflar Bankası	+	-	-	-	-	+	-	+	+	4
Akbank T.A.Ş.	-		-	-	-	-	+	+	-	2
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	+	+	-	+	+	+	+	-	+	7
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	+	-	-	-	+	-	-	-	-	2
Denizbank A.Ş.	+	-	-	-	+	-	-	-	+	3
Finans Bank A.Ş.	+	-	-	-	+	-	-	-	-	2
ING Bank A.Ş.	+	+	-	-	+	-	-	-	-	3
Garanti Bankası	+	-	-	-	-	+	-	+	+	4

İtalya Bankaları (35)	Müşteriler	Ürünler veya hizmetler	Piyasalar	Teknoloji	Varlık sebebi	İş yapma felsefesi	Kendini nasıl gördüğü	Sosyal imajı	Çalışanlara faydası	TOPLUM
Unicredit	+	-	-	-	+	+	-	+	+	5
İnteda Sanpaolo	+	-	-	-	+	-	-	+	+	4
Banca Popolare	+	-	-	-	+	-	-	-	-	2
Ubi Banca	+	+	-	-	+	-	-	+	-	4
Credit Agricole Bank	-	-	-	-	-	-	-	+	-	1
Credem Banca	+	+	-	-	+	-	-	-	+	4
Banca Mediolanum	+	+	-	-	+	-	-	-	-	3
Chebanca	-	+	+	+	+	-	-	-	-	4
Banco PMP bank	-	-	+	-	+	-	+	+	-	4
Veneto Banca	+	-	+	+	+	-	-	-	-	4

A.B.D. Bankaları (32)	Müşteriler	Ürünler veya hizmetler	Piyasalar	Teknoloji	Varlık sebebi	İş yapma felsefesi	Kendini nasıl gördüğü	Sosyal imajı	Çalışanlara faydası	TOPLUM
JP Morgan Chase	-	-	+	-	+	-	-	-	-	2
Citigroup	+	+	-	-	+	-	-	-	-	3
Toronto Dominion Bank	+	-	-	-	+	-	-	-	+	3
BB&T	+	-	-	-	+	-	-	+	+	4
Stander Bank	+	+	-	-	+	+	-	-	-	4
Republic Bank	+	+	-	-	-	-	-	+	+	4
Wayne Savings Com. Bank	+	-	-	-	-	-	-	-	+	2
Banner Bank	+	+	-	-	-	+	+	-	+	5
BBVA Compass Bank	-	+	-	-	+	-	+	-	-	3
First National Bank	+	-	-	-	+	-	-	-	-	2

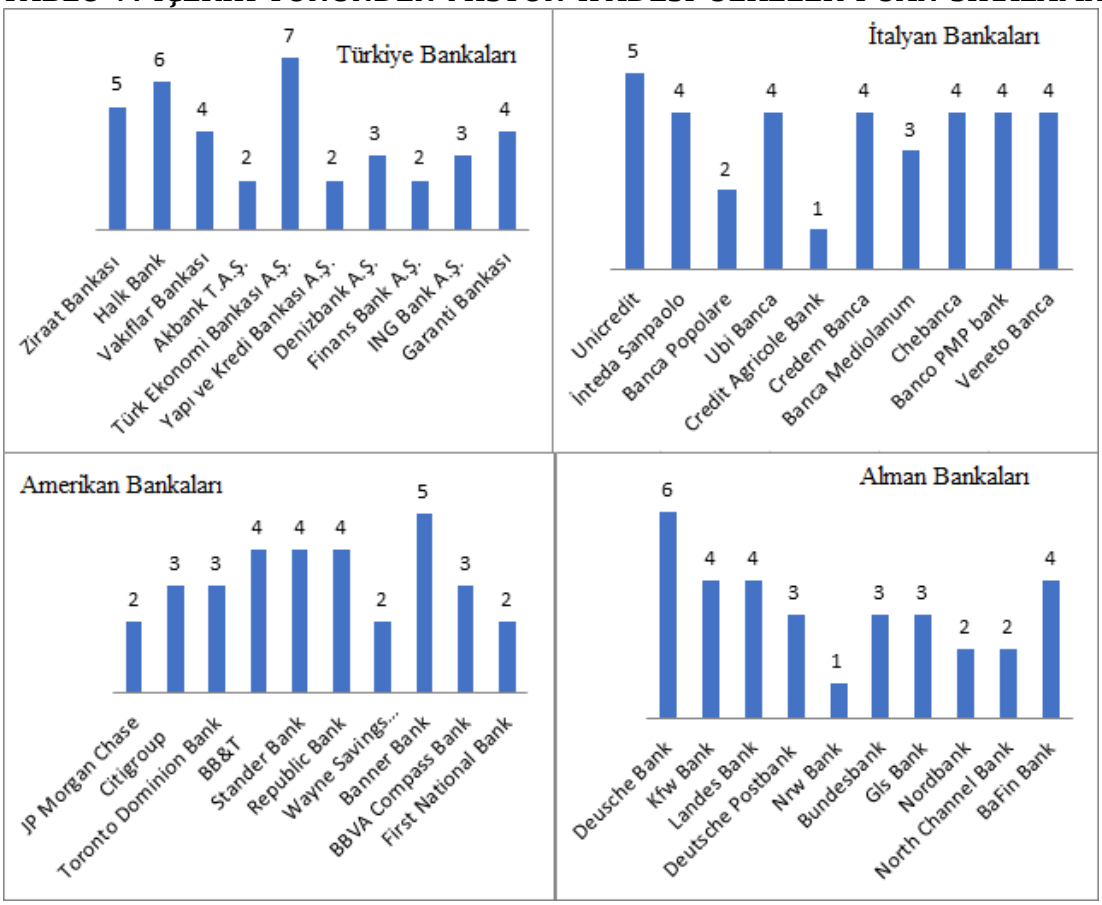
Almanya Bankaları (32)	Müşteriler	Ürünler veya hizmetler	Piyasalar	Teknoloji	Varlık sebebi	İş yapma felsefesi	Kendini nasıl gördüğü	Sosyal imajı	Çalışanlara faydası	TOPLUM
Deusche Bank	-	-	-	+	+	+	+	+	+	6
Kfw Bank	-	-	+	-	+	-	+	+	-	4
Landes Bank	+	+	-	-	+	-	+	-	-	4
Deutsche Postbank	-	-	-	-	+	-	-	+	+	3
Nrw Bank	-	-	-	-	-	+	-	-	-	1
Bundesbank	-	-	-	-	+	+	+	-	-	3
Gls Bank	+	-	-	-	+	-	-	+	-	3
Nordbank	-	-	+	-	+	-	-	-	-	2
North Channel Bank	-	-	-	-	+	+	-	-	-	2
BaFin Bank	-	-	+	-	+	-	+	+	-	4

İçerik analizinde Türkiye bankalarının 38 puan ile misyon içeriği yönünden en başarılı bankalar olduğu görülmektedir. İkinci sırada 35 puan ile İtalyan bankaları yer almaktadır. Amerika ve Almanya bankalarının 32'şer puan ile üçüncülüğü paylaştığı görülmektedir.

Şekil analizi ile içerik analizinin birbirinden ayrıldığı, aynı yönde hareket etmediği görüşmektedir. Genel beklenti, kelime sayısı fazla misyonların, misyondan beklenen içerikleri daha fazla içermesi yönündedir. TABLO 6'daki istenilen 9 konu, ancak belli sayıda kelime ile ifade edilebilecek konulardır. Az sayıda kelime ile istenilen sonuca ulaşılamayacağı muhakkaktır.

Ancak yapılan ilk analizde şaşırtıcı sonuçlara ulaşmış bulunmaktayız. Kelime sayısı en fazla olan Almanya ve İtalya banka misyonlarını, içerik yönünde çok da başarılı misyonlar olmadığı görülmektedir. Belli sayıda kelime ile de içeriği zengin misyon oluşturulabileceğini görmekteyiz. Almanya ve İtalya bankaları misyonlarının, gereğinden fazla kelime barındırdığı, içerik yönünden fazla kalabalık ve okuyucunun dikkatini dağıtabilecek nitelikte olduğunu söyleyebiliriz. Tabiki tüm bunlar Amerika ve Türkiye Bankaları misyonlarının çok başarılı misyon ifadeleri olduğunu göstermez. Ancak buradan şu yargıyı kesin olarak çıkarabiliriz ki, Almanya ve İtalya bankaları misyon ifadeleri daha az kelime ile oluşturulmalıdır.

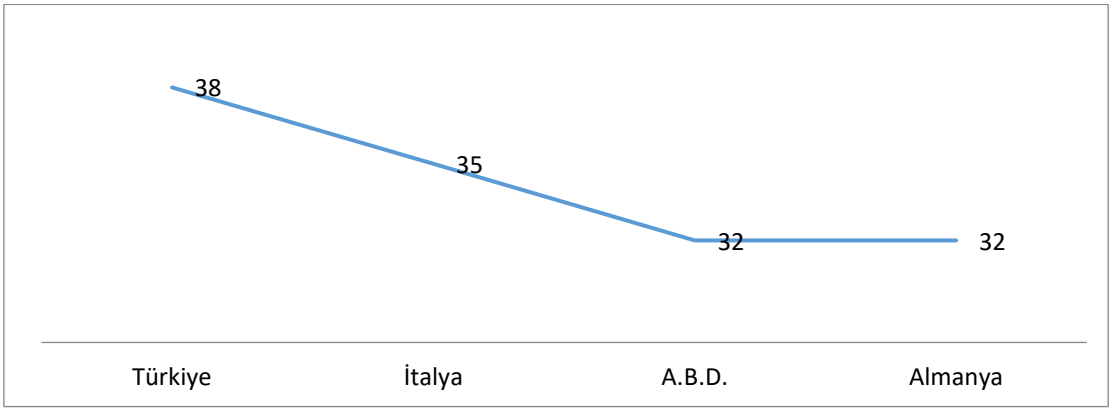
TABLO 7: İÇERİK YÖNÜNDEN MİSYON İFADESİ ÜLKELER PUAN SIRALAMASI



TABLO 7'de ise içerik yönünden hangi ülke bankasının kaç puan aldığı grafik ile gösterilmektedir. Türkiye'de en başarılı misyon ifadesinin 7 puan ile Türk Ekonomi Bankasına, İtalya'da 5 puan ile Unicredit'e, Amerika'da 5 puan ile Banner Bank'a ve Almanya'da ise 6 puan Deusche Bank'a ait olduğu görülmektedir.

Türkiye bankaları, misyon içeriği yönünden en başarılı bankalar olsa da, TABLO 7 bize bankalar arasında an az uyumun Türkiye bankaları misyon ifade içeriklerinde olduğunu göstermektedir. İtalya, Amerika ve Almanya bankalarında ise bankalar birbirlerine daha yakın seyirde hareket etmektedirler. Yani içerik analizi yönünde aralarında çok da karmaşık bir ilişki bulunmamaktadır.

TABLO 8: İÇERİK YÖNÜNDEN MİSYON İFADESİ ÜLKELER PUAN SIRALAMASI



TABLO 8'de ise içerik yönünden her bir ülke bankasının aldığı toplam puanlar gösterilmiştir. En başarılı içeriğe sahip olan Türkiye Bankalarını, İtalya Bankaları takip etmektedir. Üçüncü olarak Amerika ve Almanya bankaları eşit puana sahip olduğu görülmektedir.

TABLO 9: ÜLKELERE GÖRE BANKA MİSYONLARIN GÜÇLÜ/ZAYIF YÖNLERİ

Ülkeler	**Güçlü Yönü**	**Zayıf Yönü**
Türkiye Bankaları	Şekil ve içerik yönünden en başarılı misyonlardır.	Bankalar arasındaki şekil ve içerik farklılığı diğerlerine oranla daha fazladır.
Amerika Bankaları	Şekil yönünden başarılı misyonlardır.	İçerik yönünden başarıda üçüncü sırada bulunmakta olup, başarı düzeyi daha düşüktür.
İtalya Bankaları	İçerik yönünden başarıda ikinci sırada olup, diğerler ülkelere oranla daha başarılıdırlar.	Şekil yönünden zayıf misyonlardır.
Almanya Bankaları	İçerik yönünden alınan puanlar diğerlerine oranla birbirine yakındır.	Şekil ve içerik yönünden en başarısız misyonlardır.

SONUÇLAR

Stratejik yönetimin önemli bir parçası olan misyon ve vizyon oluşturma süreçlerinde, her bir ifade günümüzde oldukça önemli hale gelmiştir. Misyon ve vizyon ifadeleri büyük bir titizlikle ve koordinasyon halinde hazırlanmalıdır. Çünkü bu ifadeler çalışanlara, topluma, hissedarlara ve müşterilere mesajlar vermektedir. Hayatın diğer alanlarında da gittikçe yaygın bir şekilde kullanılmaya başlayan

misyon ve vizyon ifadelerinden, stratejik yönetimin parçası olan alanlarda, örgüte olumlu katkı sağlayacak şekilde yararlanması gerekmektedir.

Misyon ve vizyon ifadesinin ne anlama geldiği ve aralarındaki farkların ne olduğunu incelediğimiz bu araştırmada, günümüz bankacılık sektörünün misyon ifadeleri incelenmiştir. Bankacılık sektöründe misyon ifadesinin ne kadar başarılı kullanıldığı incelenmiş, ülkeler arasında karşılaştırmalı analiz yapılmıştır. Araştırmada Türkiye, Amerika, İtalya ve Almanya bankalarının misyon ifadeleri kullanılmıştır. Araştırmadaki ana amaç; ülkemiz bankaları ile gelişmiş 3 ülkenin bankaları misyon ifadelerinin içerik ve şekil yönünden benzerlik ve farklılıkları araştırılmıştır.

Birinci araştırmada misyon ifadeleri şekil yönünden incelenmiştir. Her bir misyon ifadesinin kaç kelimeden oluştuğu yani misyon ifadelerinin uzunluk kısalık durumu incelenerek karşılaştırmalar yapılmıştır. İkinci analizde ise bankaların misyon ifadeleri içerik yönünden incelenmiştir. Bir misyonun içeriğinde olması gereken ifadeler tespit edilerek, her birine bir puan verilmiş ve içerik yönünden başarılı olan misyon ifadeleri tespit edilmiştir. Ayrıca ulaşılan sonuçlar, her ülke için ayrı ayrı analiz edilerek, diğer ülkeler ile karşılaştırılıp içerik yönünde başarılı misyonlar tespit edilmeye çalışılmıştır.

Şekil yönünden yapılan araştırma sonucuna göre Türkiye ve Amerika bankalarının misyon ifadelerinin kelime sayısına göre, Avrupa Birliği üyesi İtalya ve Almanya banklarının misyon ifadelerinin kelime sayısından daha az olduğu görülmüştür.

İçerik yönünden yapılan araştırma sonucuna göre ise Türkiye ve İtalya bankalarının misyonlarının daha zengin içerikli olduğu, Amerika ve Almanya bankalarının ise içerik yönünden daha zayıf olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonucu, kelime sayısı fazlalığının, misyon ifadesinin başarısındaki katkısının çok fazla olmadığını göstermektedir. Almanya ve İtalya bankalarına göre daha az kelime ile ifade edilen Türkiye Bankaları misyon ifadelerinin, içerik bakımından en zengin misyon ifadeleri olması bunu kanıtlamaktadır. En fazla kelimeye sahip Almanya bankaları misyon ifadeleri, içerik bakımından Amerika ile beraber son sırada yer almıştır. Misyonlarda kullanılan fazla kelime sayısının daha zengin bir içeriğe neden olmadığı tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

Bart, C. K., (1996). The İmpact of Mission Statement on Firm İnnovativeness, *İnternational Journal of Technology Management*, s.479-493

Berry,T., 5 Adımda Misyon Yazma, https://articles.bplans.com/writing-a-mission-statement/ Erişim Tarihi:12.11.2017

David, F., (2002). *Strategic Management Concepts&Cases*. 9. Edition. New Jersey.

Gill, R., (2003). *Change Management or Change Leadership ?* Journal of Change Management, 3 (4).

Jurevicius,O.,(2013),https://www.strategicmanagementinsight.com/tools/mission-statement.html, Erişim tarihi:25.10.2017.

Kılıç, M., (2010). Hacettepe Üniversitesi, *Sosyo Ekonomi Dergisi*., s.89.

Koçer, T. , *Isletme Yöneticiligi, Yönetim ve OrganizasyonlardaDavranis Klasik-Modern-Çagdas Yaklasimlar,*(6. Baskı). Beta Yayinevi, İstanbul: 1998, s. 270.

Rothaermel, F. T. (2012). *Strategic Management: Concepts and Cases.* McGraw-Hill/Irwin, s. 34-37.

Türk Dil Kurumu. (2007). *Türk Dili ve edebiyatı Dersleri Kaynak Sitesi,* https://www.turkedebiyati.org/kelimede-sozcukte-anlam-kavram.html

Ülgen, H.ve Mirze.,(2003). *İşletmelerde Stratejik Yönetim* (8. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Williams, L.S.,(2008). *The Mission Statement. A Corporate Reporting Tool with a Past, Present,and Future*.Journal of Business Communication Vol.45,(2),s.94-119

View publication stats