




## Hirose Yöntemi İle Finansal Marka Değerinin Hesaplanması: Borsa İstanbul Bankacılık Sektörü Uygulaması

(Financial Brand Value Calculation With Hirose Method: An Ampirical Analysis in Istanbul Stock Exchange)

Sevilay USLU DİVANOĞLU <sup>a</sup>, Haşim BAĞCI <sup>b</sup>, Mustafa EROĞLU <sup>c</sup>

<sup>a</sup> Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Aksaray, Türkiye, [sevilayuslu@yahoo.com](mailto:sevilayuslu@yahoo.com)

<sup>b</sup> Aksaray Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, Aksaray, Türkiye, [hasimbagci1907@hotmail.com](mailto:hasimbagci1907@hotmail.com)

<sup>c</sup> Akbank T.A.Ş. Operasyon Yöneticisi, [mustafaeroglu@windowslive.com](mailto:mustafaeroglu@windowslive.com)

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<p><b>Anahtar Kelimeler:</b> Marka Değeri Bankacılık Sektörü Hirose Yöntemi Brand Finance</p> <p>Gönderilme Tarihi 19 Haziran 2019 Revizyon Tarihi 1 Kasım 2019 Kabul Tarihi 15 Kasım 2019</p> <p><b>Makale Kategorisi:</b> Araştırma Makalesi</p>	<p><b>Amaç</b> – Bu çalışmada hem pazarlama hem finans alanına hitap eden marka değeri ölçümü hedeflenmiştir. Marka kavramı, hem işletmeler hem de tüketiciler açısından önemli bir konuma sahiptir. Marka; işletmelerin ürünlerinin tüketici gözünde belirleyici olmasını sağlarken, tüketiciler açısından da karar verme ve satın alma sürecinde en önemli faktörlerden birisini oluşturmaktadır. Bu nedenle marka, günümüzde giderek artan bir finansal değere sahip olarak işletmelerin aktiflerinde maddi olmayan duran varlık olarak yerini almaktadır.</p> <p><b>Yöntem</b> – Çalışmada marka değeri ölçümü yapabilmek için Hirose yöntemi kullanılmış ve Hirose yöntemiyle elde edilen sonuçlar Brand Finance raporlarıyla karşılaştırılmıştır.</p> <p><b>Bulgular</b> – Çalışmada Hirose yöntemiyle marka değeri hesaplaması, bankacılık sektörü için yapılmıştır. Bankacılık sektöründe 2014-2018 yılları arası 5 yıllık zaman diliminde Borsa İstanbul'a kayıtlı bankalar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Analiz sonucunda; Hirose yöntemine göre finansal marka değeri en iyi banka Garanti Bankası, en kötü banka ise Türkiye Kalkınma Bankası'dır. Brand Finance raporuna göre ise marka değeri en yüksek banka Akbank, en düşük banka Türkiye Sınai Kalkınma Bankası'dır.</p> <p><b>Tartışma</b> – Sonuçlar kapsamında marka değeri hesaplamasında birçok yöntemin olduğu ancak yöntemlerin birbirinden farklı sonuçlar verebildiği saptanmıştır. Hirose yöntemi sonuçları ile Brand Finance raporlarının birbirine yakın olsa da tamamen aynı olmadığı tespit edilmiştir. Temel sebep ise Hirose yönteminin finansal tablo verileri ile hesaplanması, Brand Finance raporlarının firmaların finansal verilerinin yanı sıra tüketici davranışlarını da içermesidir. Çalışmanın özgünlüğü ise hem Hirose yönteminin bankacılık sektöründe henüz kullanılmaması hem de bankacılık sektörü için Brand Finance raporlarına göre marka değeri yorumlamanın yetersiz olduğunun Hirose analizi sonucu belirlenmesidir. Literatüre katkı sağlayan Hirose yönteminin tercih edilmesinin nedeni ise hem sayısal verilerle çalışarak sağlıklı sonuçlara ulaşmak hem de sübjektif yargılardan uzak olmaktır.</p>
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Keywords:</b> Brand Value Banking Sector Hirose Method Brand Finance</p> <p>Received 19 June 2019 Revised 1 November 2019 Accepted 15 November 2019</p> <p><b>Article Classification:</b> Research Article</p>	<p><b>Purpose</b> – In this study, it is aimed to measure brand value that addresses both marketing and finance. The brand concept has an important position for both businesses and consumers. Brand; While making the products of the enterprises determinant in the eyes of the consumers, it is one of the most important factors in the decision-making and purchasing process for consumers. For this reason, the brand has an increasing financial value and is now included in the assets of enterprises as an intangible asset. Hirose method, which contributes to the literature, is preferred both to reach healthy results by working with numerical data and to be away from subjective judgments.</p> <p><b>Design/methodology/approach</b> – Çalışmada marka değeri ölçümü yapabilmek için Hirose yöntemi kullanılmış ve Hirose yöntemiyle elde edilen sonuçlar Brand Finance raporlarıyla karşılaştırılmıştır.</p> <p><b>Findings</b> – In the study, the brand value calculation by Hirose method was made for the banking sector. The sample of the research is the banks registered in Istanbul Stock Exchange for 5 years in the banking sector between 2014-2018. As a result of the analysis; financial brand value based to Hirose method, while Garanti Bank is the best bank, Development Bank of Turkey is the worst bank. According to the Brand Finance report; Akbank is the highest brand value while Industrial Development Bank of Turkey is the lowest brand value.</p> <p><b>Discussion</b> – Within the scope of the results, it was found that there are many methods in the calculation of brand value, but the methods can give different results. The results of Hirose method</p>

### Önerilen Atf/ Suggested Citation

Divanoğlu, S.U., Bağcı, H., Eroğlu, H. (2019). Hirose Yöntemi İle Finansal Marka Değerinin Hesaplanması: Borsa İstanbul Bankacılık Sektörü Uygulaması, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 2566-2577.