

Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi  
Yıl: 2020 Cilt-Sayı: 13(1) ss: 72-94

Academic Review of Economics and Administrative Sciences  
Year: 2020 Vol-Issue: 13(1) pp: 72-94

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ohuiibf>

ISSN: 2564-6931

DOI: 10.25287/ohuiibf.535709

Geliş Tarihi / Received: 05.03.2019

Kabul Tarihi / Accepted: 21.09.2019

Araştırma Makalesi

Research Article

## ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN ÇKKV YÖNTEMLERİ İLE PERFORMANSLARININ ÖLÇÜLMESİ: YAZIN İNCELEMESİ

Emine Elif NEBATİ<sup>1</sup>

Öz

Performans ölçümü işletmelerin bugünü ve yarını değerlendirmeleri, rekabette avantaj kazanmaları için kullandıkları bir analiz yöntemidir. Kurumların hedeflerini ve bunları ne ölçüde gerçekleştirip gerçekleştiremediğini tespit etmek için yardımcı olmaktadır. İşletmeleri doğru yönetmek, iyileştirmek ve geliştirmek için ilk önce, doğru analiz ve ölçümleme gereklidir. Performans ölçümünde kullanılacak kriterler, sayısal ve sayısal olmayan niteliktedir. Geliştirilmiş birçok yöntem içinde, çok kriterli karar verme yöntemleri de işletme performanslarının ölçülmesinde uygulanabilecek kolay, etkin ve sayısal olmayan subjektif kriterleri değerlendirebilen yöntemlerdir. Çalışmada, günümüzün modern yaşantısında vazgeçilmez bir yere sahip olan alışveriş merkezlerinin performans ölçüm problemi ele alınmıştır. Ele alınan problem için, alışveriş merkezlerinin, performans ölçümünün, çok kriterli karar verme yöntemleri uygulanarak yapılmış çalışmaların incelenmesi ile birlikte genel durum analizi yapılmıştır. Bu çalışmada, üç bölüm altında, toplam altmış sekiz çalışma incelenmiştir. Yapılan çalışmalarda makaleler, yüksek lisans ve doktora tezleri bulunmaktadır. Çalışma sonucunda, literatürdeki eksik alanlar ortaya çıkarılmıştır.

**Anahtar Kelimeler** : Alışveriş Merkezleri, Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri, Performans Ölçümü, Yazın İncelemesi

**Jel Kodları** : M30, C44, L25, D83.

### MEASUREMENT OF PERFORMANCE OF SHOPPING CENTERS BY MCDM METHODS: REVIEW OF WRITING

**Abstract**

Performance measurement is an analysis method used in the businesses sector to evaluate today and the future to gain competitive advantage. It helps to determine the objectives of the institutions and to what extent they are able to achieve them. Firstly, in order to manage, improve and develop business, correct analysis and measurement is necessary. The criteria that can be used in performance measurement are numerical and non-numerical. In developing various methods, multi-criteria decision-making methods are also easy, effective and non-quantitative subjective criteria that can be applied in measuring business performance. In this study, we discussed the performance measurement problem of shopping malls, which has an indispensable place in today's modern life. In order to solve the problem, shopping malls, performance measurement and multi-criteria decision making methods were applied and general situation analysis was conducted. In this study, we examined sixty-eight studies under three sections. These are articles, master's and doctoral theses in the studies. As a result of the study, some of the missing areas in the literature were revealed.

**Keywords** : Shopping Centers, Multi-Criteria Decision Making Methods, Performance Measurement, Literature Review.

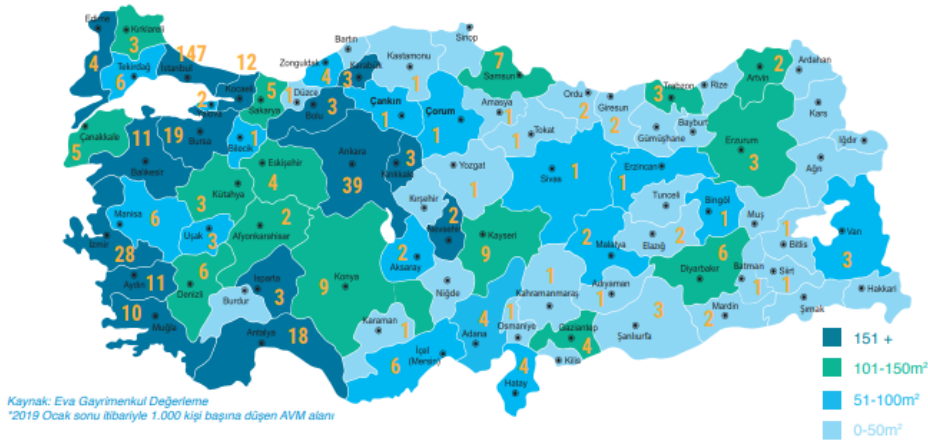
**Jel Codes** : M30, C44, L25, D83.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, emine.nebati@izu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3950-4279

## GİRİŞ

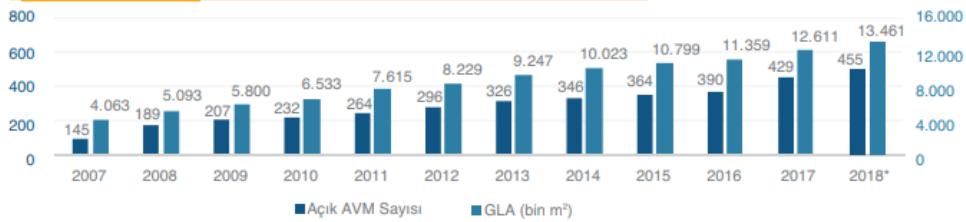
Geçmişten bugüne çeşitli şekillerde karşımıza çıkan alışveriş mekânları, günümüzde modern yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. 1980'li yıllardan itibaren Avrupa ve ABD esintili değişiklikler ve uygulamalar yapılarak, Türkiye alışveriş merkezleri ile tanışmaya başlamıştır. Bu tarihten sonra alışveriş merkezlerinin sayıları ve önemi de artmaya başlamıştır. Son yıllardaki alışveriş merkezi sayısının verileri göz önünde bulundurulduğunda, GYODER Gösterge Türkiye Gayrimenkul Sektörü 2018 yılı 3. Çeyrek Değerlendirme Raporu'dan elde edilen sonuçlara göre, Türkiye genelinde alışveriş merkezleri sayısı 2018 sonunda 455'e kadar ulaşmıştır. En fazla alışveriş merkezinin bulunduğu illeri sıralayacak olursak; İstanbul'da 147, Ankara'da 39, İzmir'de 28 adet olduğu gözlenmiştir. 2018 yılı sonu itibarıyla 64 şehirde alışveriş merkezi bulunurken, 17 şehirde ise, henüz alışveriş merkezi bulunmamaktadır. Toplam kiralanabilir alan stoku 13 milyon 461 bin m<sup>2</sup>'ye ulaşmıştır. Kiralanabilir alan açısından göstergeler incelendiğinde, İstanbul toplam stokun %39'una yakın bir oranı karşılımaktadır (GYODER,2019). Şekil 1 ve Şekil 2'de Türkiye'de yıllara göre AVM gelişimi değerlendirilmiştir.

AVM sayısı ve Toplam Kiralanabilir Alan (GLA)\*



Şekil 1. 2019 Ocak ayı sonunda 1.000 kişi başına düşen alışveriş merkezi alanı ve sayısı (Kaynak: Eva gayrimenkul değerlendirme, GYODER, 2019)

Yıllara Göre Açılan AVM Sayısı ve Toplam Kiralanabilir Alan (GLA)



Şekil 2. Yıllara göre açılan alışveriş merkezi sayısı ve toplam kiralanabilir alan (GLA) (Kaynak: Eva gayrimenkul değerlendirme, GYODER, 2019)

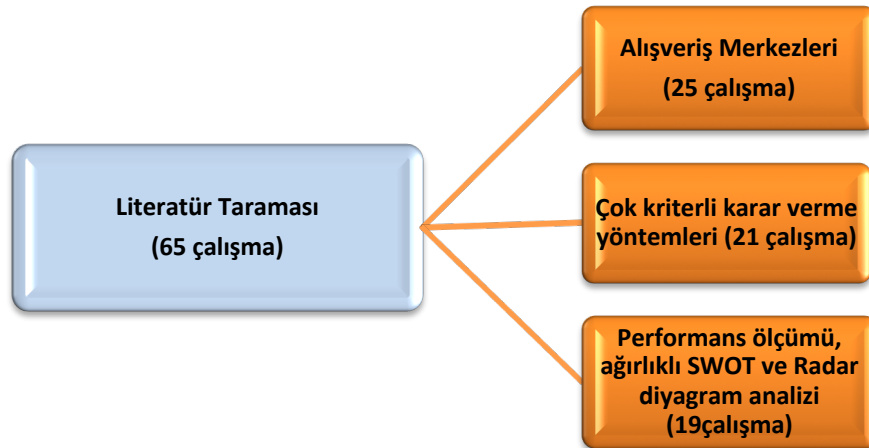
Sayıları her geçen gün hızla çoğalan alışveriş merkezleri gibi büyük işletmelerin bu rekabet ortamında, ayakta kalabilmek için sürekli kritik başarı faktörleri açısından kendilerini ölçmeleri gerekmektedir. Bu noktada, performans ölçümü en etkili araçlardan biridir. Performans ölçümü ile bu işletmelerin olumlu ve olumsuz etkilerinin daha net görülebilmeye olanak sağlanacaktır. Çok kriterli karar verme yöntemleri de işletme performanslarının ölçülmesinde uygulanabilecek kolay, etkin ve sayısal olmayan sübjektif kriterleri değerlendirebilen yöntemlerdir. Çok kriterli karar verme yöntemleri, en iyi alternatifin olası seçimi için farklı alternatifleri, değişik türdeki kriterlere göre

analiz edebilen kendine has yapısı ile gerçek zamanlı karmaşık problemleri çözerek, analiz etmeye yarayan bir yöntemdir (Chakraborty vd., 2015: 1). Bu çalışma, alışveriş merkezleri sektöründe, ÇKKV teknikleri kullanarak performans ölçümünü yapan herhangi bir çalışmanın yapılmadığını ortaya çıkarmıştır. Özellikle alışveriş merkezleri alanındaki çalışmaların azlığı ve yetersizliği, göz önünde bulundurulduğunda, sektörün bilimsel olarak ele alınması gereklilik oluşturmuştur. Bu kapsamda çalışmanın, değerlendirme yapılan 3 alanda yazına olumlu katkısı olacağı umulmaktadır. Çalışmanın en önemli amacı, alışveriş merkezleri alanındaki, çok kriterli karar verme tekniklerini uygulayan alan çalışmaları ve performans ölçümü alanındaki çalışmaları sistematik bir yaklaşımla detaylı bir biçimde inceleyerek, bu alanda önemli bir boşluğun olduğunu ortaya çıkarmaktır.

Çalışmada birinci bölümde, öncelikle alışveriş merkezleri ile ilgili literatürdeki çalışmalar incelenmiştir. Sonrasında, performans ölçümünde etkin kullanılabilecek çok kriterli karar verme yöntemleri ve son adımda, literatürdeki performans ölçümü çalışmaları incelenmiştir. Üçüncü bölüm olan bulgular kısmında ise, incelenen çalışmalar ile ilgili grafiksel sonuç analizleri yapılarak kapsamlı değerlendirmeler sunulmuştur. Sonuç ve öneriler kısmında ise, bu çalışmanın amacı, literatüre katkısı ve önerilere yer verilmiştir.

## I. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ İÇİN ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMLERİ İLE PERFORMANS ÖLÇÜMÜ

Bu çalışmada, 1986-2018 yılları arasında yayınlanan 65 çalışmaya yer verilmiştir. Çalışmalar genel itibariyle Şekil 3'te gösterildiği gibi üç kategoriye ayrılmaktadır. Detaylı bir tarama yapılarak yazındaki boşlukların tespit edilmesi hedeflenmiştir. Araştırmada, alışveriş merkezleri ile ilgili yapılmış çalışmalara öncelik verilerek, çok kriterli karar verme yöntemleri ve performans ölçümü ile ilgili literatürdeki çalışmalar değerlendirilmiştir. İncelenen literatür çalışmalarında görüleceği üzere, alışveriş merkezlerinin performansını çok kriterli karar verme yöntemleri kullanarak ölçmeye yarayan, herhangi bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Literatür çalışması yapılırken, ProQuest Dissertations & Theses Global, Yök Tez Merkezi, Dergi Park Akademik, Web of Science, Scopus, Ebsco, Sciencedirect gibi veri tabanlarında, alışveriş merkezleri, çok kriterli karar verme yöntemleri, performans ölçümü, shopping mall, shopping center, performance measurement, Multi-criteria decision making methods, AHP, PROMETHEE gibi anahtar kelimeler aranmıştır. İncelenen çalışmalardan 23 tanesi SCI indeksi kapsamında iken, çalışmaların 55'ini makaleler, 10'unu yüksek lisans ve doktora tezleri oluşturmaktadır. Çalışmalar detaylı olarak açıklandıktan sonra Tablo 1'de özet olarak gösterilmiştir.



Şekil 3. Literatürde incelenen yayın sayıları

Günlük yaşamın vazgeçilmezi olan alışveriş merkezlerinin sayısındaki hızlı yükseliş, bu merkezlerin olumlu ve olumsuz etkilerinin bilimsel olarak değerlendirilmesini gerek kılmıştır. Ulusal ve uluslararası literatürde alışveriş merkezlerinin farklı yönlerini ele alan birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda, konu ile ilgili anahtar kelimeler belirlenip literatür taraması yapılmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda alışveriş merkezi alanındaki çalışmalar daha çok, AVM müşterilerine, müşterilerin memnuniyetine veya AVM tasarımı gibi AVM'nin tek bir alanına yöneliktir. Literatürde alışveriş merkezleri ile ilgili yapılmış çalışmalardan bazıları;

Wakefield ve Julie Baker (1998), yaptıkları çalışmada, alışveriş merkezinde kalma isteği ve alışveriş heyecanını etkileyen 3 faktörün arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu faktörler, kiracı çeşitliliği, alışveriş merkezi ortamı ve alışverişe katılım olarak belirlenmiştir (Wakefield ve Julie Baker, 1998). Cengiz ve Özden (2002), yaptıkları çalışmalarında satın alma davranışını incelemiş ve genel olarak hem ziyaretçi için, hem perakendeci için alışveriş merkezlerinin tercih edilmesinde öne çıkan faktörleri belirlemeye yönelik çalışma yapmıştır. Çalışmada, ziyaretçilerin alışveriş merkezlerini tercih etme sebepleri, ziyaretçilerin alışveriş merkezlerinin hangi özelliklerinden hoşlandıkları, kendisine sağlanan hizmetlerden en çok hangilerini beğendiği ve kullandığı gibi konulara değinilmiştir (Cengiz ve Özden, 2002). Reynolds ve diğerleri (2002) yaptıkları çalışmada, geleneksel AVM ve outlet müşterilerinin farklı kategorilerdeki müşteri tiplerinin benzerlik ve farklılıklarının tanımlanması ve bunlara yönelik pazarlama stratejileri geliştirilmesini ele almışlardır (Reynolds vd, 2002). İbicioğlu (2005) çalışmasında, alışveriş merkezleri ziyaretçilerinin demografik özelliklerini ve ziyaretçilerin davranışlarını incelemiştir. Rekabet için müşteri odaklı yapılanmaların gerekli olduğunu belirtmiştir. Alışveriş merkezleri yönetimlerinin orta ve ileri yaş gruplarına yönelik stratejilerde çeşitli alternatifler geliştirmesi gerektiğini önermiştir. Çalışmada istatistiksel teknikler uygulanarak, eğitim düzeyi ile gezme eğlenme arasında ve gelir seviyesi ile ziyaret sıklığı arasında güçlü bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur (İbicioğlu, 2005). Akat ve diğerleri (2006) yaptıkları çalışmada, Bursa'da bir alışveriş merkezindeki müşterilerin, satın alma davranışlarını incelemiştir. Çalışmada, müşterilerin yaşları ile alışveriş yapma sıklıkları, eğitim durumları ile ödeme yapma şekilleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (Akat vd.,2006). El-Adly (2006) yaptığı çalışmada, alışveriş merkezlerinin planlı bir şekilde gelişimini arttırabilmek için daha fazla akademik çalışmaya ihtiyaç olduğunu belirtmiştir. Çalışmasında farklı müşteri tipleri açısından alışveriş merkezlerinin değerlendirilmesini amaçlamıştır. Farklı tip müşteriler için farklı lokasyon ve tasarım kararlarına gereklilik olduğunu savunmuştur (El-Adly, 2006). Özdemir (2006) yaptığı çalışmada, iki kültürde Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri'nde dört adet alışveriş merkezi seçilerek, kullanıcıların subjektif tepkilerine dayanarak, her alışveriş merkezinin içinde görüşmeler ve gözlemler yapılmıştır. Alışveriş merkezlerinin koşullarını araştırmış, insanların mekan algıları, diğerleriyle etkileşimlerini incelemiştir. Bu çalışma alışveriş merkezi ortamlarının özellikleri ile kullanıcı algısı ve kişilerarası etkileşim arasındaki ilişkileri anlamak için ampirik bilgi sağlamayı ve gelecekteki tasarım ve ilgili araştırma alanlarında akıl yürütme için yararlı bilgiler sağlamaya yardımcı olmayı amaçlamıştır. Anket çalışmaları ve istatistiksel analiz yöntemleri uygulamıştır (Özdemir, 2006). Ling, (2006) yaptığı çalışmada, bir alışveriş merkezinde yer seçim problemini ele almıştır. Çalışmasında, yer seçimi yöntemini test etmek için GIS (Coğrafi Bilgi Sistemi) tabanlı bir yer seçim sistemi uygulamıştır. Yer seçimi için mevcut yöntemlerin gözden geçirilmesine dayanarak, bu çalışmada, yer seçimi sorunlarını çözmek için bir yöntem geliştirerek DEA (Veri Zarflama Analizi) ve ANP'yi (Analitik Ağ Süreci) seçmiş ve entegre etmiştir (Ling, 2006). İltter ve diğerleri (2009) yaptıkları çalışmada, lise öğrencilerinin alışveriş merkezi ile ilgili gereksinimlerinin Kano modeli ile sınıflandırılmasını amaçlamışlardır. Alışveriş merkezi yönetiminin, gençleri AVM'lere çekebilmeleri için restoran, kafe ve sinema gibi mekânları çekici kılmalarının olumlu bir etki yapacağı savunulmuştur. Böylece gençlerin alışveriş merkezine daha sık gelmeleri ve daha uzun süre AVM'lerde vakit geçirmeleri sağlanabileceği belirtilmiştir (İltter vd., 2009). Yıldırım (2010) yaptığı yüksek lisans tez çalışmasında, alışveriş merkezlerinin gelişim ve değişim aşamalarında tasarım ilkelerinin ve yer seçimi detaylarının değerlendirmesi yapılmıştır. Çalışmada, alışveriş merkezlerinin gelişim süreçlerinin buldukları konumlara göre farklılık gösterebileceği belirtilmiş, bu yüzden etkili tasarım ilkeleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır (Yıldırım, 2010). Chebat ve diğerleri (2010)

yaptıkları çalışmada, perakende sektöründeki markalaşma konusu değerlendirilmiştir. Alışveriş merkezi yönetimi, en iyi alışveriş merkezi imajını nasıl oluşturur sorusuna yanıt aranırken, AVM imajını ölçen mağaza atmosferi, fiyat ve reklam, kategori değerlendirmeleri gibi bazı faktörler değerlendirilmiştir (Chebat vd., 2010). Bakırtaş (2010) yaptığı çalışmada, mağaza içi atmosferin tüketim duyguları üzerindeki etkisini ve bu duyguların da satın alma davranışı üzerindeki etkisini araştırmıştır.

Çalışmanın yöntemi, geliştirilmiş bir anket yardımıyla tüketicilerden elde edilen veriler ışığında araştırma modeli çerçevesinde geliştirilmiş olan hipotezlerin testine dayanmaktadır (Bakırtaş, 2010). Çelik (2011) yaptığı çalışmada, alışveriş merkezlerinden beklenen hizmet kalitesinin, algılanan genel hizmet kalitesinden yüksek olduğunu ve bu duruma bağlı olarak, alışveriş merkezi müşterileri için genel memnuniyet düzeyinin tam olarak sağlanamadığı görüşünü savunmuştur (Çelik, 2011). Köksal ve Emirza (2011) yaptıkları çalışmada, alışveriş merkezinde faaliyet gösteren mağazaların ve cadde mağazalarının kuruluş yeri tercihleri konusunda, mağaza yöneticilerinin yaklaşımlarının anlaşılmasına yardımcı olmak ve yeni açılacak perakende mağazalara kuruluş yeri seçiminde önerilerde bulunmak için çalışma yapmışlardır. Alışveriş merkezlerinin kira ve ürün fiyatlarının yüksekliğini azaltıcı, cadde mağazalarının ise; otopark, temizlik, güvenlik gibi benzeri faktörleri geliştirilmesi için önerilerde bulunmuşlardır (Köksal ve Emirza, 2011). Akıncı (2013) yaptığı çalışmada, 13-19 yaş grubundaki gençlerin alışveriş merkezi kullanım tercihlerini 104 kişi üzerinde incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, 13-19 yaş grubunun boş zamanlarını geçirmek için en çok tercih ettiği mekânların alışveriş merkezleri olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, AVM konumu, ulaşım kolaylığı gibi fiziksel etkenlerinde gençler için alışveriş merkezi tercihlerinde öncelikli nedenler olduğu gözlenmiştir (Akıncı, 2013). Shang ve diğerleri (2016) yaptıkları çalışmada, Batı Çin’de yaz aylarında alışveriş merkezlerinde öznel araştırma ve alan ölçümü kullanarak iç mekan hava kalitesinin araştırılmasını incelemiştir. Çalışma ile, alışveriş merkezlerinde mağazalardaki klimalandırma sistemleri ve kirletici maddelerin insan algısında oluşturduğu rahatsızlıkların nedenlerine katkıda bulunmuşlardır (Shang vd., 2016). Haj-Salem ve diğerleri (2016) yaptıkları çalışmada, alışveriş merkezinde bayan ve erkek müşterileri açısından hangi faktörlerin müşteri sadakatini etkilediğini belirtmişlerdir. Çalışmalarında, hizmet ve ürün kalitesi, fiyat ve AVM çevresi gibi kavramların cinsiyetler açısından AVM sadakatini nasıl etkilediğini açıklamışlardır. Bayanlarda AVM atmosferi, fiziksel tasarım, ürün ve hizmette algılanan kalite faktörleri alışveriş merkezi sadakatini oluştururken, erkeklerde ise, AVM atmosferi ve fiyatlar oluşturmuştur (Haj-Salem vd., 2016). Mittal ve Jhamb (2016) yaptıkları çalışmada, alışveriş merkezi çekiciliğinin belirleyici etkenlerini ele almışlardır. Alışveriş merkezini ziyaret etmenin temel özelliklerini tanımlamışlardır. Mağazacılık, çeşitlilik, çevre, kolaylık gibi ana kriterler belirlenmiştir. Hindistan’da alışveriş yapanların tercih nedenleri ile dünyanın geri kalanındakilerin tercih nedenleri arasında yakın bir ilişki olduğunu incelemiştir (Mittal ve Jhamb, 2016). Kesari ve Atulkar (2016) yaptıkları çalışmada, AVM değerleri ile müşteri tatminkarlığı arasındaki, olumlu ilişkiyi açıklamışlardır. Çalışma, rekabet avantajı sağlayarak, yeni müşteri çekerek, mevcut perakende senaryosundaki alışveriş değerleri ile müşteri memnuniyetini arttırarak, kar getirecek müşterileri elde tutmaya yardımcı olmaktadır (Kesari ve Atulkar, 2016). Anselmsson (2016) yaptığı çalışmada, AVM’lerde yaşanan gelişmeler ile satışlardaki artış ve ziyaret oranlarındaki büyüme arasındaki olumlu ilişkiyi açıklamıştır. Bununla birlikte, son dönemde artan sanal alışveriş ile nasıl rekabet edilir sorusuna da cevap aramıştır (Anselmsson, 2016). El-Adly ve Eid (2016) yaptıkları çalışmada, Birleşik Arap Emirliklerinde, yapısal eşitlik modelleme ile algılanan müşteri değeri, alışveriş ortamı, müşteri memnuniyeti ve sadakatini araştırmışlardır. Alışveriş merkezi ortamının müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki olumlu etkisi belirtilmiştir (El-Adly ve Eid, 2016). El-Abda ve diğerleri (2017) yaptıkları çalışmada, alışveriş merkezlerindeki gün ışığı performansında çatı penceresi tasarımının değerlendirilmesini incelemiştir. Çalışma, AVM’lerde daha iyi gün ışığı performansı elde etmek için tavan ışığı tasarımları gibi ışıklı tasarımları değerlendirmek ve optimize etmek için bir metodoloji uygularken Kahire’den bir örnek AVM uygulaması sunmuştur (El-Abda vd., 2017). Das ve Varshneya (2017) yaptıkları çalışmada, AVM’deki tüketici duygularının daha derin anlaşılması için geliştirilen modeli açıklamışlardır. Çalışma, AVM atmosferi, tüketici duyguları ve tepkilerini kapsamaktadır (Das ve Varshneya, 2017). Akınjare, ve diğerleri (2018) yaptıkları çalışmada, ciro faktörlerinin alışveriş merkezi kiralari üzerindeki etkisini anlamaya

çalışmışlardır. Analizler doğrusal regresyon ve sıralanmış aritmetik ortalama kullanılarak yapılmıştır (Akınjare vd., 2018). Can ve diğerleri, (2018) yaptıkları çalışmada, alışveriş merkezi seçiminde, karar alma problemini evrensel tasarım, teknik özellikler, estetik görünüm vb. gibi çeşitli ana kriterleri dikkate alarak çözmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda, tüm tüketicilerin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak evrensel tasarım kriterlerini destekleyerek en iyi AVM belirlemeyi hedeflemiştir. Tasarımla ilgili kriterlerin AVM seçimi için en önemli olduğu tespit edilmiştir. MF-DEMATEL, F-MOORA, F-COPRAS yöntemleri uygulanmıştır (Can vd., 2018).

Yazın araştırmasında incelenen örnek çalışmalarda görüleceği üzere, çok kriterli karar verme yöntemleri büyük işletmelerin stratejilerini belirleme, otomobil modellerinin karşılaştırılması ve çevreye duyarlı otomobil gibi farklı türdeki ürünlerin tasarlanması, performans değerlendirme analizi, tedarikçi seçim problemi, bankaların performanslarının analiz edilmesi gibi pek çok işletmecilik alanında uygulanabilmektedir. Çalışmaların bir kısmında tek yöntem uygulansa da, geneline bakıldığında farklı bir yöntemle de desteklendikleri gözlenmiştir. Ulusal ve uluslararası literatürde çok kriterli karar verme yöntemleri ile ilgili çalışmalardan bazıları;

Brans ve diğerleri (1986) yaptıkları çalışmada, PROMETHEE yöntemi ile projelerin önceliklendirilmesi ve seçilmesi için bir çalışma yapmışlardır. Sonuçlar ELECTRE yöntemi ile karşılaştırılmıştır (Brans vd., 1986). Macharis ve diğerleri (2004) yaptıkları çalışmada, AHP ve PROMETHEE yöntemlerini analiz ederek ve karar verme problemlerinde daha etkin sonuçlar alınabilmesi için bu yöntemlerin bir arada kullanılmasını önermişlerdir ve bir örnek üzerinde AHP ile PROMETHEE yöntemlerini birlikte uygulamışlardır (Macharis vd., 2004). Durdudiler (2006) yaptığı çalışmada, perakende sektöründe tedarikçi performans ölçümü ve değerlendirme sistemi kurulumunda AHP ve Bulanık AHP metotlarının uygulanmasını açıklamıştır (Durdudiler, 2006). Güven ve Çelik (2007) yaptıkları çalışmada, Bartın ilinde faaliyet gösteren üç yıldızlı otelleri hizmet kalitesi açısından değerlendirmişlerdir. AHP yöntemi ile oteller karşılaştırmalı olarak değerlendirilerek en iyi otel alternatifi sunulmuştur (Güven ve Çelik, 2007). Dağdeviren ve Eraslan (2008) yaptıkları çalışmada, bir işletmenin tedarikçi seçim problemini belirlenen faktörler açısından PROMETHEE yöntemi ile incelemiş ve alternatif tedarikçilerin öncelik sıralarını bu yöntemi uygulayarak değerlendirmişlerdir (Dağdeviren ve Eraslan, 2008). Dündar (2008) yaptığı çalışmada, öğrencilerin ders seçimlerinin AHP yöntemi ile belirlemiştir. Öğrencilerin seçmeli ders seçimlerine etki eden faktörleri ve bu faktörlerin sıralamalarını belirlemiştir (Dündar, 2008). Saaty (2008) yaptığı çalışmada, AHP yöntemi ile karar vermenin temelini ortaya çıkarmıştır (Saaty, 2008). Girginer ve Kaygısız'ın (2009) yaptıkları çalışmada, üniversitede akademik çalışmalarda ve eğitimde kullanılacak olan en uygun istatistiksel yazılımın belirlenmesinde, AHP ve 0-1 Hedef Programlama (HP) yöntemlerini birlikte uygulamışlardır. Üç yazılım seçeneği (SPSS, Statisca ve Minitab), kriterlere göre AHP yöntemi uygulanarak değerlendirilmiştir (Girginer ve Kaygısız, 2009). Behzadian ve diğerleri (2010) yaptıkları çalışmada, 100 farklı dergide karar verme sürecinde PROMETHEE yönteminin kullanıldığı 217 makaleyi incelenmiş ve uygulama alanlarına göre sınıflandırma yapmıştır. Çalışmaların en çok yapıldığı ana başlıklar, çevre yönetimi, işletme, finansal yönetim, kimya, lojistik, ulaşım, imalat, enerji yönetimi ve sosyal bilimler olarak açıklanmıştır (Behzadian vd., 2010). Zhu ve diğerleri (2010) yaptıkları çalışmada, otomotiv sektöründe sürtünme malzemesinin üretim sürecinde en uygun formülün belirlenmesi için AHP ve PROMETHEE yöntemlerini birlikte kullanılmışlardır. Sonrasında, alternatif formül bileşimlerinin tercih sırasını belirlemek için PROMETHEE yöntemi uygulanmışlardır (Zhu vd., 2010). Theodorou ve diğerleri (2010) yaptıkları çalışmada, Kıbrıs Rum kesiminde üç farklı yenilenebilir enerji stratejisinin değerlendirilmesinde AHP, ELECTRE ve PROMETHEE yöntemleri ile sıralama yaparak, sonuçları karşılaştırmışlardır. Değerlendirme kriterleri olarak, ilk yatırım maliyeti, etkinlik, yenilenebilir enerji türünün ülkedeki potansiyeli ve halkın bu teknolojiyi benimsemesi gibi kriterler belirlenmiştir (Theodorou vd., 2010). Athawale ve Chakraborty (2010) yaptıkları çalışmada, PROMETHEE 2 yöntemini kullanarak daha verimli tesis yeri seçimi problemine çözüm sunmuşlar ve bu seçimin üretim organizasyonlarında ne kadar etkiye sahip olduğunu açıklamışlardır (Athawale ve Chakraborty, 2010). Ünal (2011) yaptığı çalışmada, AHP yönteminin personel seçiminde kullanılmasına örnekler vererek birden fazla adayın sıralanması veya birinin seçilmesi problemlerinde karar vericiye faydalı bir araç olduğunu ve personel seçiminde kullanılabileceğini

ifade etmiştir (Ünal, 2011). Turcksin ve diğerleri (2011) yaptıkları çalışmada, Belçika hükümetinin araç yoğunluğu nedeniyle artan çevre sorunlarıyla mücadele etmek için oluşturduğu senaryoları AHP ve PROMETHEE yöntemlerini bir arada uygulayarak değerlendirilmiştir (Turcksin vd., 2011). Özgüven (2012) yaptığı çalışmada, PROMETHEE yöntemini pazarlama alanında uygulamıştır. Tüketicilerin, özel alışveriş sitelerini tercih etmelerinde, teslimat süresi, kampanya geçerlilik süresi, taksit imkanı, güncel kampanya sayısı gibi faktörlerin etkisini incelemiştir (Özgüven, 2012). Sultana ve Kumar (2012) yaptıkları çalışmada, çevre sorunlarına çözüm için, sera gazı emisyon değerlerini düşürerek, yenilenebilir enerji kaynağı türü olarak bitkisel ve hayvansal artıklardan elde edilen biyoyakıt türünün seçimi için nicel ve nitel faktörleri açısından değerlendirerek, PROMETHEE yöntemini uygulamışlardır (Sultana ve Kumar, 2012). Gül ve diğerleri (2012) yaptıkları çalışmada, ortalama hasta kalış uzunluğunu azaltan, hasta verimliliğini artıran, personel seviyesini belirleyen senaryolar geliştirmişlerdir. Kriter ağırlıklarını bulanık analitik hiyerarşik süreci yöntemi ile belirlemişlerdir. Elde edilen senaryoların sıralamalarını ise, VIKOR ve PROMETHEE yöntemleri entegre edilerek en iyi senaryonun belirlenmiş ve sonuçlar birbirleriyle kıyaslanmışlardır (Gül vd., 2012). Arıkan ve Küçükçe (2012) yaptıkları çalışmada, bir kamu kuruluşunun satın alma faaliyetleri için uygun tedarikçi seçimi ve fiyatlandırma politikası oluşturmayı hedeflemişlerdir. Çalışmada, anket çalışması ve istatistiksel analiz yöntemleri uygulanmıştır. Tedarikçi firmanın seçimi için AHP yöntemi ile ağırlıklandırma yapılmış, değerlendirilmesi için ise, PROMETHEE 2 yöntemi uygulanmıştır (Arıkan ve Küçükçe, 2012). Soba (2012) yaptıkları çalışmada, otomobil seçimi için fiyat, yakıt, maksimum hız, güvenlik, beygir gücü gibi performans kriterlerini belirleyerek, PROMETHEE yöntemi yardımı ile en iyi otomobil seçimi yapmıştır (Soba, 2012). Demirci (2013) yaptıkları çalışmada, kredi değerlendirme modeli uygulamasında AHP ve PROMETHEE yöntemlerini birlikte uygulamıştır. Perakende sektöründe yer alan firmaların verileri kullanılmıştır. Çalışmada; bankacılık alanında kredi değerlendirme işlevinin pratik kullanımına yönelik uygulama yapılmıştır (Demirci, 2013). Ömürbek ve diğerleri (2014) yaptıkları çalışmada, Isparta ilinde faaliyette bulunan beyaz eşya servis firmalarının servis aracı satın almalarında etkili olan kriterleri değerlendirmişlerdir. AHP ve PROMETHEE yöntemleri bir arada kullanılarak uygun araç seçimi yapılmıştır (Ömürbek vd., 2014). Sennaroglu ve Celebi (2018) yaptıkları çalışmada, ir askeri havalimanı için, birden fazla kriter belirleme yöntemi kullanan bir yer seçimi problemi sunmuşlardır. Amaç, aday yerler arasında en iyi yeri tespit etmektir. Kriter ağırlıkları AHP kullanılarak, dört alternatifin sıralama ve seçim işlemleri, PROMETHEE ve VIKOR yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Yazındaki ulusal ve uluslararası çalışmalar incelendiğinde kurumsal performans ölçümüne her geçen gün daha fazla önem verildiği görülmektedir. Sınırlı kaynakların etkin ve verimli kullanımı ile birlikte son zamanlarda başarılı işletmelerde görülen değişimlere sebep olan faktörler göz önünde bulundurulduğunda, iyileştirici ve yenilikçi öneriler arayışında olan araştırmacılar için, bu konuda daha fazla inceleme yapma isteği uyandırmıştır. Literatürde turizm, pazarlama, gıda, denizcilik, sağlık, gibi çeşitli sektörlerde, performans ölçümünü farklı yöntemler ile ele alan birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Literatürde performans ölçümü ile ilgili alanlarda yapılmış çalışmalardan bazıları;

Bij ve Vissers (1999) yaptıkları çalışmada, sağlık bakım süreçlerinin izlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla bir yaklaşım geliştirmişlerdir. Çalışmalarında, literatür taraması ile hastanelerde gözlem yapmışlardır. Bu çalışmalar sonucunda, "performans göstergeleri çerçevesi" ve "ölçüm araçları" geliştirmişlerdir (Bij ve Vissers, 1999). Griffith (1999) yaptığı çalışmada, performans ölçümünü sağlık kuruluşunun rekabet gücü açısından değerlendirmiş ve sağlık hizmetlerinde performans ölçümü için gerekli bilginin boyutlarını belirlemiştir. Belirtilen altı performans boyutu iyi yönetilirse, işletmenin başarılı olacağını belirtmiştir (Griffith, 1999). Kurttilla ve diğerleri (2000) yaptıkları çalışmada, "A'WOT" ismiyle, yaygın olarak kullanılmasının yanında anlaşılması da çok kolay olan AHP ve SWOT analizinin birlikte kullanılmasını sağlayan, melez bir yaklaşım önermişlerdir. AHP yöntemini SWOT analizi içerisinde kullanarak, sistematik olarak SWOT faktörlerinin değerlendirilmesi ve kendi aralarında önceliklendirilmesine olanak sağlamıştır (Kurttilla vd., 2000). Kabadayı, (2002) yaptığı çalışmada, geleneksel ve modern ölçme yöntemlerini kullanarak kurumsal performans ölçümünü değerlendirmiştir. Performans ölçüm sistemlerinin gelişimi, performans ölçütlerinin özellikleri, sınıflandırılması ve sürekli iyileştirme ile performans

ölçütleri arasındaki ilişkiyi değerlendirilmiştir (Kabadayı, 2002). Dyson (2004) yaptığı çalışmada, SWOT faktörlerinin 1-5 ölçeği kullanılarak puanlamasını ve ağırlıklarının elde edilmesini sağlamıştır. Sonrasında bu ağırlıklandırılmış faktörlerin geliştirilecek hedef ve stratejiler ile ilişkilerini ortaya çıkarmış ve hedef ve stratejilerin geriye dönülerek SWOT faktörleri arasındaki en yüksek ağırlığa sahip olanları kapsaması gerektiğini önermiştir (Dyson, 2004). Oraman (2004) yaptığı çalışmada, performans ölçüm sistemlerinde görülen eğilimlerle birlikte gıda işletmelerinin değişen üretim yöntemleri, yönetim felsefeleri ve çevre koşulları doğrultusunda, daha rekabet edici yönde performans ölçüm sistemlerini tasarlayabilmeleri için dikkat etmeleri gereken yönler irdelenmiştir (Oraman, 2004). Chang ve Huang (2006) yaptıkları çalışmada, A'WOT yaklaşımını temel alarak "Nicel SWOT Analizi Yöntemi" adıyla yeni bir yaklaşım sunmuşlar ve bu yaklaşım ile örnek uygulamalarında Güney Asya'daki bazı limanların rekabet güçlerini değerlendirmişler ve bu değerlendirme sonucunda her bir liman için rekabet güçlerini arttıracak yeni stratejiler önermişlerdir (Chang ve Huang, 2006). Osuna ve Aranda (2007) yaptıkları çalışmada, çeşitli sağlık hizmetlerinin tedariki için faaliyet gösteren bir firmanın müşteri portföylerini arttırmak için geliştirilmesi gereken stratejilerin belirlenmesinde SWOT ve AHP tekniklerini birlikte kullanmışlardır (Osuna ve Aranda, 2007). Özer (2009) yaptığı çalışmada, performans yönetimi uygulamaları üzerine bir alan yazın araştırması yapılmış ve kamu kurumlarındaki sistemleri kıyaslamıştır. Ülke içindeki kamu kurumlarının tamamında tek tip bir performans ölçüm sisteminin getirilmesi gerektiğini, bu sayede kurumlarda çalışan personelin hesap verme ve sorumluluk duygularının artırılacağını belirtmiştir. Balanced Scorecard sisteminin performansı yükseltmesinin yanı sıra kurum içinde saydamlığı da arttırdığını savunmuştur (Özer, 2009). Işık (2009) yaptıkları çalışmada, inşaat şirketlerinin performansını, kısa ve uzun vadeli stratejilerini, dış faktörler ve proje yönetimini değerlendirmiştir. Ölçütler arasındaki ilişkileri tayin eden bir model hazırlanmış ve bunun sonrasında ise belirlenen ölçütleri değerlendirmeye sunan bir anket çalışması uygulamıştır. Veriler yapısal eşitleme modeli (YEM) adı verilen bir istatistiksel yöntem ile analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları neticesinde, performans ölçümünde kullanılabilir niceliksel ve niteliksel ölçütler arasındaki ikilem ortadan kaldırılmıştır (Işık, 2009). Wickramasinghe ve Takano (2010) yaptıkları çalışmada, krizden etkilenen bir turizm destinasyonunun tekrar hayata döndürülmesi için stratejik planlamanın gerekliliğinden bahsetmişler ve SWOT ve AHP metodlarını bir arada kullanmışlardır (Wickramasinghe ve Takano, 2010). Saluvan ve Kaya (2010) yaptıkları çalışmada, performans ölçümü ile ilgili temel kavramları açıklanmış ve hastane performansının ölçümü ile ilgili çeşitli bireysel ve örgütsel yaklaşımları incelenmişlerdir (Saluvan ve Kaya, 2010). Mousakhani ve diğerleri (2010) yaptıkları çalışmada, bulanık analitik hiyerarşi yöntemini kullanarak operasyonel bağlamda Balanced Scorecard'ın bir eksikliği olarak görülen ölçüm sorununu çözmeyi amaçlamışlardır. Bulanık analitik hiyerarşi yöntemi ile Balanced Scorecard'ın 4 boyutuna ilişkin hesaplamalar yapılmış ve 5 hastane bu yöntemle göre ölçülen performansları ile derecelendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; balanced scorecard yöntemi ile derecelendirme yönteminin hastanelerde etkin yönetim için kullanılabilir bir yöntem olduğu savunulmuştur (Mousakhani vd., 2010). Manteghi ve Zohrebi (2011) yaptıkları çalışmada, Porter'in rekabeti etkileyen beş güç analizini kullanıp, sektördeki rekabeti analiz etmiş, ardından SWOT matrisi ile örgütün ilk durum stratejik analizini yapmışlardır. Sonraki adımda; elde edilen verileri BSC boyutlarına taşımışlardır. Çalışmalarında, işletmenin yetkinlik ve kabiliyetlerine göre hangi alanlarda rekabet etmeleri gerektiğini ve hangi alanlarda rekabetten uzak durmaları gerektiğini tespit etmişlerdir (Manteghi ve Zohrebi, 2011). Yetmen ve Kişi (2011) yaptıkları çalışmada, bir otobüs işletmesinde, çalışan memnuniyeti ve çalışan memnuniyetinin kurumsal performansa etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Anketin ilk bölümünde demografik özellikleri ortaya çıkaran sorular yöneltilmiş, nominal ve ordinal ölçekler kullanılmış ve demografik bilgiler elde edilmeye çalışılmıştır. Sonrasında, çalışan memnuniyeti ölçme kriterleri için 5'li Likert (interval) ölçeği kullanılmıştır (Yetmen ve Kişi, 2011). Bentes ve diğerleri, (2012) yaptıkları çalışmada, AHP tekniği ile aynı örgüte bağlı farklı lokasyonlardaki fabrikaların BSC başarılarının kıyaslanması konusunda uygulama yapmışlardır. Uygulamada farklı çevrelerde faaliyet gösteren bu işletmelerin başarılı olduğu alanlar ile gelişime açık alanları tespit edilmiş ve işletme yöneticilerine geri besleme sağlanmıştır (Bentes vd.,2012). Tokpunar (2014) yaptığı çalışmada, bir gıda işletmesinde talep tahmin doğruluğunu arttırmaya yönelik görsel bir uygulama modeli olan radar diyagramları üzerinde çalışmış ve modelden çıkan sonuçlar doğrultusunda öneriler sunmuştur (Tokpunar, 2014). Çelikdin



(2014) yaptığı çalışmada, SWOT analizi ile elde edilen rekabet verileri ekseninde BSC'a ilişkin ölçütlerin oluşturulması ve önceliklerini belirlemek amacıyla, entegre bir performans ölçüm sistemi sunmuştur. Yem sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede, likert ölçeği yardımıyla veriler toplanmış, SWOT analizi ve AHP yöntemi ile sonuçlar analiz edilmiştir (Çelikdin, 2014). Tatkan (2018) yaptığı çalışmada, Isparta iline bağlı Yenişarbademli ilçesinin ekoturizm potansiyelini SWOT analizi yardımıyla incelemiştir. Bu kapsamda Yenişarbademli'nin ekonomik gelişimine katkı sağlayacağı düşünülen ve dünyada çeşitli uygulamaları ile hızla gelişme gösteren ekoturizmin, bu coğrafyada uygulanabilirliğine odaklanılmıştır. Yöre halkına uygulanan anket aracılığıyla bölgede yapılabilecek ekoturizm etkinlikleri belirlenmeye çalışılmıştır (Tatkan, 2018).

**Tablo 1. Literatür taraması özet çizelgesi**

Yıl	Makale Adı	Yazar Adı	Yayımlandığı Yer	Çalışmanın Amacı	Kullanılan Yöntem	Uygulama Alanı
1986	How To Select and How To Rank Projects: The PROMETHEE Method	Brans ve diğerleri	European Journal of Operational Research	Projelerin önceliklendirilmesi ve seçilmesi için bir çalışma yapılmıştır. Brans tarafından literatüre kazandırılan PROMETHEE yöntemi bu çalışmada geliştirilmiştir.	PROMETHEE ve ELECTRE	Araştırma
1998	Excitement At The Mall: Determinants And Effects On Shopping Response	Wakefield and Baker	Journal Of Retailing	Alışveriş yapanların, alışveriş merkezinde kalma isteği ve alışveriş heyecanını etkileyen 3 faktörün incelenmesidir.	İstatistik yöntemleri önerilen hipotez modelini anket çalışmaları ile test etmişler, faktör analizi uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezi Ziyaretçileri
1999	Monitoring Health-Care Processes: A Framework for Performans Indicators	Bij ve Vissers	International Journal of Health Care Quality Assurance	Hastanelerde gözlem yaparak, sağlık bakım süreçlerinin izlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla ölçüm araçları geliştirmişlerdir.	Sağlık Bakım Süreçleri Performans Ölçüm Modeli	Sağlık
1999	The Well-Managed Healthcare Organization	Griffith	Chicago, Illinois Health Administration Press	Performans ölçümünü sağlık kuruluşunun rekabet gücü açısından değerlendirmiş ve sağlık hizmetlerinde performans ölçümü için gerekli bilginin boyutlarının belirlenmesidir.	Hastane Performans Ölçüm Yaklaşımı	Sağlık
2000	Utilizing The Analytical Hierarchy Process (AHP) in Swot Analysis – A Hybrid Method and Its Application to A Forest Certification Case	Kurttila ve diğerleri	Forest Policy and Economics	Bu çalışma, SWOT analizinin kullanılabilirliğini geliştirmek için yeni bir hibrid yöntemi incelemiştir. Hibrid yöntemi uygulayarak stratejik planlama süreçlerinin nicel bilgi tabanını iyileştirmeyi amaçlamıştır.	AHP ve SWOT	Çevre Sertifikasyon
2002	İşletmelerdeki Üretim Performans Ölçütlerinin Gelişimi, Özellikleri Ve Sürekli İyileştirme İle İlişkisi	Kabadayı	Doğuş Üniversitesi Dergisi	Performans ölçüm sistemlerinin gelişimi, performans ölçütlerinin özellikleri, sınıflandırılması ve ayrıca, sürekli iyileştirme ile performans ölçütleri arasındaki ilişki incelenmiştir.	Araştırma	İmalat İşletmeleri
2002	Perakendecilikte Büyük Alışveriş Merkezleri Ve Tüketicilerin Büyük Alışveriş İle Tutumlarını	Cengiz ve Özden	Ege Akademik Bakış Dergisi	Perakendecilik, alışveriş merkezleri ve tüketicilerin bunlar hakkındaki durumlarının açıklanmasıdır.	İstatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezi Ziyaretçileri

	Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma					
2002	Traditional Malls vs. Factory Outlets: Comparing Shopper Typologies And Implications For Retail Strategy	Reynolds ve diğerleri	Journal Of Business Research	AVM ve Outlet müşterilerinin farklı kategorilerdeki müşteri tiplerinin benzerlik ve farklılıklarının tanımlanması ve bunlara yönelik pazarlama stratejileri geliştirilmesidir.	İstatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezi Müşterileri
2004	PROMETHEE and AHP: The Design of Operational Synergies in Multicriteria Analysis. Strengthening Promethee with Ideas of AHP	Macharis ve diğerleri	European Journal of Operational Research	AHP ve PROMETHEE yöntemlerini analiz ederek ve karar verme problemlerinde daha etkin sonuçlar alınabilmesi için bu yöntemlerin bir arada kullanılması amaçlanmıştır.	AHP ve PROMETHEE	Çoklu Karar Verme Problemi Örnek Çözümü
2004	Strategic Development and SWOT Analysis at the University of Warwick	Dyson	European Journal of Operational Research	İlk önce SWOT analizini ve bunun planlama yöntemleriyle bağlantısını açıklamış, sonrasında, üniversitede bir SWOT analizi uygulaması ile üniversitenin stratejik gelişim sürecine katkıda bulunma hedeflenmiştir.	SWOT	Eğitim
2004	Gıda Sektöründe Başarılı Performans Ölçüm ve Değerlendirme Sistemi Tasarımında Hangi Boyutlar Önceliğe Sahip Olmalı	Oraman	Verimlilik Dergisi	Mevcut performans ölçüm sistemleri, gıda işletmelerinin değişen üretim yöntemleri, yönetim felsefeleri ve rekabet koşulları doğrultusunda performans ölçüm sistemlerini tasarlayabilmeleri için dikkat etmeleri gereken yönler çalışılmıştır.	Araştırma	Gıda
2004	Application of A Quantification SWOT Analytical Method	Chang ve Chihhuang	Mathematical and Computer Modelling	Doğu Asya'daki konteyner limanlarının, rekabet gücünü değerlendirmek ve ardından her biri için kabul edilebilir bir rekabet stratejisi önerilmiştir.	SWOT	Denizcilik
2005	Alışveriş Merkezleri: Demografik Etkenler Ve Tüketici Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma	İbicioğlu	Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Alışveriş merkezleri ziyaretçilerinin demografik özelliklerini ve ziyaretçilerin davranışlarının incelenmesidir.	İstatistiksel teknikler uygulanmıştır.	Alışveriş Merkezi Tüketicileri
2006	Uluslararası Alışveriş Merkezi Tüketicilerin Satın Alma Davranışı: Bursa İlinde Bir Uygulama	Akat ve diğerleri	Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Alışveriş merkezindeki müşterilerin, satın alma davranışlarının incelenmesidir.	Anket ve "Ki-kare analizi" yöntemleri kullanılmıştır.	Alışveriş Merkezi Tüketicileri
2006	Shopping Malls Attractiveness: A Segmentation Approach,	El-Adly	International Journal Of Retail & Distribution Management	Farklı müşteri tipleri açısından alışveriş merkezlerinin değerlendirilmesidir.	İstatistiksel teknikle ve K-Ortalama Kümeleme analizini uygulamıştır.	Alışveriş Merkezi Tüketicileri

2006	An Exploratory Study Of Interpersonal Distances And Perceived Spaciousness And Crowding In Four Shopping Malls Across Two Cultures	Özdemir	North Carolina State University	Alışveriş merkezi ortamlarının özellikleri ile kullanıcı algısı ve kişilerarası etkileşim arasındaki ilişkileri anlamak için bilgi sağlanmasıdır.	Anket çalışmaları ve istatistiksel analiz yöntemleri	Alışveriş Merkezi Çevresi
2006	A Systematic Approach To Location Selection For Shopping Mall Projects	Ling	Hong Kong Polytechnic University	Bir alışveriş merkezinde yer seçim probleminin ele alınmasıdır.	DEA (Veri Zarflama Analizi) ve ANP (Analitik Ağ Süreci)	Alışveriş Merkezi Lokasyon Seçimi
2006	Perakende Sektöründe Tedarikçi Performans Değerlemesinde AHP ve Bulanık AHP Uygulaması	Durdudiler	Yıldız Teknik Üniversitesi, Yü ksek Lisans Tezi	Bir perakende işletmesinde, bir ürün grubunun tedarikçilerine ait performansları ölçülerek, değerlendirilmeye çalışılmıştır.	AHP ve Bulanık AHP	Perakende Sektöründe Tedarikçi Performans Ölçümü
2007	Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesini Değerlendirme: Bartın Örneği	Güven ve Çelik	Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Üç yıldızlı oteller hizmet kalitesi açısından incelenmiş, en iyi otel alternatifi sunulmuştur.	AHP	Turizm
2007	Combining SWOT and AHP Techniques for Strategic Planning	Osuna ve Aranda	Proceedings of Isahp 2007	Çeşitli sağlık hizmetlerinin tedariki için faaliyet gösteren bir firmanın müşteri portföylerini arttırmak için geliştirilmesi gereken stratejilerin belirlenmesini amaçlamışlardır.	SWOT ve AHP	Sağlık
2008	PROMETHEE Sıralama Yöntemi İle Tedarikçi Seçimi	Dağdeviren ve Eraslan	Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi	Bir işletmenin tedarikçi seçimi problemi, değerlendirilmiş ve alternatif tedarikçilerin öncelik sıralarının bu yöntem ile hesaplanması amaçlanmıştır.	PROMETHEE	Tedarik Zinciri Yönetim
2008	Ders Seçiminde Analitik Hiyerarşi Proses Uygulaması	Dündar	Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Öğrencilerin seçmeli derslerden alacakları dersin belirlenmesi amaçlanmıştır.	AHP	Eğitim
2008	Decision Making with The Analytic Hierarchy Process	Saaty	International Journal of Services Sciences	AHP yöntemi ile karar vermenin temelinin ortaya çıkarmıştır	AHP	Araştırma
2009	Lise Öğrencilerinin Alışveriş Merkezlerine Gereksinimlerinin Kano Modeli İle Sınıflandırılması; İzmir İli Uygulaması	İlter ve diğerleri	İşletme Fakültesi Dergisi	Lise öğrencilerinin alışveriş merkezi ile ilgili gereksinimlerinin kano modeli ile sınıflandırılmasıdır.	Anket tekniğinden faydalanarak, Kano modeli analizi uygulamıştır.	15-19 Yaş Grubu Alışveriş Merkezi Tüketicileri
2009	İstatistiksel Yazılım Seçiminde Analitik Hiyerarşi Süreci Ve 0-1 Hedef Programlama Yöntemlerinin Birlikte Kullanımı	Girginer ve Kaygısız	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Üniversitede akademik çalışmalarda ve eğitimde kullanılacak olan en uygun istatistiksel yazılımın belirlenmesidir.	AHP ve 0-1 Hedef Programlama (HP)	Eğitim

2009	Performans Yönetimi Uygulamalarında Performansın Ölçümü ve Değerlendirilmesi	Özer	Yönetim ve Ekonomi Dergisi	Performans yönetimi uygulamaları, performansın ölçülmesi, değerlendirilmesi ve bu alanda yaşanan sorunlara çözüm bulunmasıdır.	Araştırma ve Balanced Scorecard	Kamu
2009	İnşaat Sektöründe Performans Ölçümü İçin Kavramsal Bir Model	Işık	Orta Doğu Teknik Üniversitesi Doktora Tezi	İnşaat şirketlerinin performansını, kısa ve uzun vadeli stratejilerini, dış faktörler ve proje yönetimi değerlendirilmesidir.	İstatiksel yöntem (YEM)	İnşaat
2009	Application of Combined SWOT and Analytic Hierarchy Process (AHP) for Tourism Revival Strategic Marketing Planning: A Case of Sri Lanka Tourism	Wickramasinghe ve Takano	Journal of The Eastern Asia Society For Transportation Studies	Krizden etkilenen bir turizm destinasyonunun tekrar hayata döndürülmesi için stratejik planlama geliştirilmesidir.	SWOT ve AHP	Turizm Sektörü
2010	PROMETHEE: A Comprehensive Literature Review On Methodologies And Applications	Behzadian ve diğerleri	European Journal of Operational Research	Dergide karar verme sürecinde PROMETHEE yönteminin kullanıldığı 217 makaleyi incelenmiş ve uygulama alanlarına göre sınıflandırılmıştır.	PROMETHEE	Araştırma
2010	İstanbul'da Bulunan Alışveriş Merkezlerinin Gelişim, Değişim Süreçleri Ve Tasarım Kriterlerinin Karşılaştırmalı Analizi	Çakar	İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi	Alışveriş merkezlerinin gelişim ve değişim aşamalarında tasarım ilkelerinin ve yer seçimi detaylarının değerlendirilmesidir.	Anket tekniği ile istatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezi Yapılarının Tasarımı
2010	How Can Shopping Mall Management Best Capture Mall Image	Chebat ve diğerleri	Journal Of Business Research	Perakende sektöründeki markalaşma konusunun değerlendirilmesidir.	Anket tekniği ile istatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Perakende Sektöründe Markalaşma ve Alışveriş Merkezi İmajı
2010	AVM'lerde Mağaza İçi Atmosferin Tüketim Duyguları Ve Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi	Bakırtaş	Sakarya Üniversitesi Doktora Tezi	Mağaza içi atmosferin tüketim duygularını etkileyip etkilemediği ve mağaza içi atmosfere bağlı olarak alışveriş sırasında hissedilen duyguların satın alma davranışı üzerinde etkili olup olmadığının incelenmesidir.	Anket tekniği ile istatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezinde Mağaza Atmosferi ve Tüketici Arasındaki İlişki
2010	Optimization On Tribological Properties of Aramid Fibre and CaSO <sub>4</sub> Whisker Reinforced Non-Metallic Friction Material With Analytic Hierarchy Process And Preference Ranking Organization Method For Enrichment Evaluations	Zhu ve diğerleri	Materials & Design	Otomotiv sektöründe sürtünme malzemesinin üretim sürecinde en uygun formülün ve alternatif formül bileşimlerinin tercih sırasını belirlemesidir.	AHP ve PROMETHEE	Otomotiv
2010	The Use of Multiple Criteria Decision Making Methodologies for The Promotion of RES Through Funding Schemes in Cyprus, A Review	Theodorou ve diğerleri	Energy Policy	Üç farklı yenilenebilir enerji stratejisinin değerlendirilmesidir.	AHP, ELECTRE ve PROMETHEE	Enerji

2010	Hastanelerde Performans Ölçümü	Saluvan ve Kaya	Verimlilik Dergisi	Performans ölçümü ile ilgili temel kavramlar açıklanmakta ve hastane performansının ölçümü ile ilgili çeşitli bireysel ve örgütsel yaklaşımlar incelenmiştir.	Balanced Scorecard	Sağlık
2010	Hospitals Ranking Using Fuzzy Analytic Hierarchy Process Balanced Score Card	Mousakhan i ve diğerleri	Asian Journal of Management Research	Nicelik problemini bulanık hiyerarşik analitik süreç kullanarak BSC'nin yetersizliği olarak kabul edilen operasyonel bir bağlamda çözerek,5 hastahenenin ölçülendirmesi hedeflenmiştir.	Bulanık AHP ve Balanced Scorecard	Sağlık
2011	Tüketicilerin Alışveriş Merkezleri Algısı Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme: Göller Bölgesi Örneği	Köksal ve Aydın	Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi	AVM olmayan bir şehirde yaşayan tüketicilerin AVM'lere bakış açısının, AVM olan çevre illerdeki kişilerin fikirleri ile karşılaştırarak, tüketicilerin AVM'lere bakış açısını farklı yönleriyle test edilmesidir.	Anket tekniği ile ANOVA ve Ki-Kare yöntemleri ile analiz edilmiştir.	Alışveriş Merkezi Tüketicileri ve AVM Algısı
2011	Alışveriş Merkezlerinde Hizmet Kalitesi Algısı ve Bir Araştırma	Çelik	Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Alışveriş merkezlerinde hizmet kalitesinin algılanmasına yönelik bir araştırma yapılmıştır.	İstatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezlerinde Müşterilerin Hizmet Kalitesi Algısı
2011	Analitik Hiyerarşi Prosesi Ve Personel Seçimi Alanında Uygulamaları	Ünal	Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi	AHP'nin personel seçiminde kullanılmasına yönelik çalışmaları araştırmıştır.	AHP	İnsan Kaynakları Yönetim
2011	Combined AHP-PROMETHEE Approach For Selecting The Most Appropriate Policy Scenario To Stimulate A Clean Vehicle Fleet	Turksin ve diğerleri	Procedia Social and Behavioral Sciences	İnsanları daha sürdürülebilir bir araç seçimi yapmaya teşvik ederek çevresel dışsallıkları azaltma hedefi doğrultusunda BELÇİKA hükümetine çok araçlı bir politika paketi önermiştir.	AHP ve PROMETHEE	Otomotiv
2011	A Proposed Comprehensive Framework For Formulating Strategy, S. A Hybrid Of Balanced Scorecard, SWOT Analysis, Porter'S Generic Strategies and Fuzzy Quality Function Deployment	Manteghi ve Zohrabi	Procedia – Social and Behavioral Sciences	Kuruluşlarda strateji oluşturmak için kapsamlı bir çerçeve önerilmesidir.	SWOT ve Balanced Scorecard	Eğitim
2011	Kentsel Toplu Taşımacılıkta Kurumsal Performans ve Çalışan Memnuniyeti: İzmir'de Eshot Üzerine Bir Araştırma	Yetmen ve Kişi	Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi	Bir otobüs işletmesinde, çalışan memnuniyeti ve çalışan memnuniyetinin kurumsal performansa etkilerinin araştırılmasıdır.	Anket, İstatistiksel analiz, Faktör ve Korelasyon Analizleri	Ulaştırma

2012	PROMETHEE Sıralama Yöntemi İle Özel Alışveriş Siteleri Üzerine Bir Araştırma	Özgüven	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	Tüketicilerin, özel alışveriş sitelerini tercih etmelerinde, etkili faktörlerin incelenmesidir	PROMETHEE	Pazarlama
2012	Ranking of Biomass Pellets by Integration of Economic, Environmental and Technical Factors.	Sultana ve Kumar	Biomass and Bioenergy	Çok kriterli bir değerlendirme modeli sunarak ve farklı ısı ve enerji üretim tesislerinde kullanılmaya uygunlukları açısından farklı biyokütle hammadde bazlı peletleri sıralayarak, çevresel, ekonomik ve teknik faktörlerin yapımdaki önemini göstermeyi amaçlamıştır.	PROMETHEE	Yenilebilir Enerji
2012	Simülasyon ile Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme: Bir Hastane Acil Departmanı İçin Senaryo Seçimi Uygulaması	Gül ve diğerleri	İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi	Ortalama hasta kalış uzunluğunu azaltan, hasta verimliliğini artıran, kaynak kullanım oranlarını geliştiren ve tüm bunlara bağlı olarak personel seviyesini belirleyen senaryolar geliştirilmesidir.	Bulanık AHP, VIKOR, PROMETHEE	Sağlık
2012	Satın Alma Faaliyeti İçin Bir Tedarikçi Seçimi Değerlendirme Problemi ve Çözümü	Arıkan ve Küçükçe	Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi	Satın alma faaliyetleri yürüten bir kamu kuruluşu için, en uygun kriterleri dikkate alarak, tedarikçi seçimi, değerlendirilmesi ve isabetli bir fiyatlandırma mekanizması oluşturmak hedeflenmiştir.	AHP, PROMETHEE, Durağan Aralık Analizi	Tedarikçi Seçimi
2012	PROMETHEE Yöntemi Kullanarak En Uygun Panelvan Otomobil Seçimi ve Bir Uygulama	Soba	Journal of Yasar University	Çalışmada, otomobil markalarının çeşitli özelliklere göre sıralanmasıdır.	PROMETHEE	Otomotiv
2012	Multidimensional Assessment of Organizational Performance: Integrating BSC and AHP	Bentes ve diğerleri	Journal of Business Research	Entegre bir yaklaşımın gerçek hayattaki işletme ortamında uygulamayı eleştirel bir şekilde göstermek ve performans ölçümüne çok boyutlu bakış açısı kazandırmaktır	Balanced Scorecard ve AHP	Telekomünikasyon
2013	Analytic Hierarchy Sürecine Dayalı Kredi Değerleme Modeli	Demirci	Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi	Perakende sektöründeki işletmelerin, bankacılık alanında kredi değerlendirme işlevinin pratik kullanımına yönelik uygulanmasıdır.	AHP ve PROMETHEE	Perakende Sektörü-Bankacılık Alanı
2013	Gençler ve Alışveriş merkezleri (AVM'ler): AVM Kullanım Tercihleri Hakkında Bir Alan Çalışması	Akıncı	Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi-Megaron	13-19 yaş grubundaki gençlerin kent yaşamındaki boş zaman ve boş zaman mekan kullanımını irdelenirken, diğer taraftan AVM'lerin bu mekanlar içerisindeki yerinin sorgulanmasıdır.	Anket Çalışması yapılmıştır.	13-19 Yaş Grubu Alışveriş Merkezi Tercihleri ve Sebepleri
2014	AHP Temelli PROMETHEE Sıralama Yöntemi ile Hafif Ticari Araç Seçimi	Ömürbek ve diğerleri	Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Beyaz eşya servisleri için uygun hafif ticari araç seçimi yapılmıştır.	AHP ve PROMETHEE	Otomotiv

2014	Tedarik Zinciri Yönetiminde Talep Tahmin Doğruluğunu Arttırmak İçin Radar Diyagramının Kullanımı	Tokpunar	Bahçeşehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi	Bir gıda işletmesinde talep tahmin doğruluğunu arttırmaya yönelik radar diyagramları üzerinde çalışmış ve modelden çıkan sonuçlar doğrultusunda öneriler sunulmasıdır.	Radar diyagramları	Gıda
2014	Balanced Scorecard Sisteminde SWOT Analizi ile AHP Kullanımı: Yem Sektöründe Bir Uygulama	Çelikdin	Aksaray Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi	SWOT analizi ile elde edilen rekabet verileri ekseninde BSC' a ilişkin ölçütlerin oluşturulması ve önceliklerini belirlemek amacıyla, entegre bir performans ölçüm sistemi sunulmasıdır.	Balanced Scorecard, SWOT analizi, AHP	Gıda
2016	Investigation Of Indoor Air Quality In Shopping Malls During Summer In Western China Using Subjective Survey And Field Measurement	Shang ve diğerleri	Building And Environment	Alışveriş merkezlerinde iç mekan hava kalitesinin araştırılmasıdır.	Anket tekniği ile istatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezi İç Mekan Hava Kalitesi
2016	Why Male And Female Shoppers Do Not See Mall Loyalty Through The Same Lens? The Mediating Role Of Self-Congruity	Haj-Salem ve diğerleri	Journal Of Business Research	Alışveriş merkezinde bayan ve erkek müşterileri açısından hangi faktörlerin müşteri sadakatini etkilediğinin incelenmesidir.	Anket tekniği ile istatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezinde Müşteri Sadakati, Müşteri Cinsiyeti
2016	Determinants of Shopping Mall Attractiveness: The Indian Context	Mittal ve Jhamb	Procedia Economics And Finance	Alışveriş merkezi çekiciliğinin belirleyici etkenlerinin ele alınmasıdır.	Anket tekniği ile istatistiksel analiz (faktör analizi) yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezi Çekiciliği ve Müşteriler Üzerindeki Etkisi
2016	Satisfaction of Mall Shoppers: A Study On Perceived Utilitarian and Hedonic Shopping Values	Kesari ve Atulkar	Journal Of Retailing And Consumer Services	AVM değerleri ile müşteri tatminkarlığı arasındaki ilişkiyi açıklayarak, alışveriş değeri ve müşteri memnuniyeti arasındaki önemli bağlantıları destekleyen bulgular sağlanmış, alışveriş değeri ve müşteri memnuniyeti üzerine odaklanan önceki araştırmaları genişletilmesi amaçlanmıştır.	Doğrulamalı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli (SEM) kullanılmıştır.	Alışveriş Merkezi Ziyaretçileri Memnuniyeti
2016	Effects of Shopping Centre Re-Investments And Improvements on Sales and Visit Growth	Anselmsso n	Journal Of Retailing And Consumer Services	AVM'lerde yaşanan gelişmeler ile satışlardaki artış ve ziyaret oranlarındaki büyüme arasındaki olumlu ilişkinin açıklanmasıdır.	Anket tekniği ile istatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	Alışveriş Merkezinde Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Davranışları, AVM Atmosferi
2016	An Empirical Study Of The Relationship Between Shopping Environment, Customer Perceived Value, Satisfaction, And Loyalty in The UAE Malls Context	El-Adly ve Eid	Journal Of Retailing And Consumer Services	Birleşik Arap Emirlikleri alışveriş merkezlerinde alışveriş ortamı, müşteri algılanan değer, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati arasındaki ilişkileri yapısal eşitlik modellemesi (SEM) ile araştırılması amaçlanmıştır.	Yapısal eşitlik modeli (SEM) kullanılmıştır	Alışveriş Merkezi Ortamı, Müşteri Memnuniyeti Ve Sadakati

2017	Assessment of Skylight Design Configurations on Daylighting Performance in Shopping Malls: A Case Study	El-Abd ve diğerleri	Solar Energy	Alışveriş merkezlerinde, daha iyi günışığı performansı elde etmek için ışıklı tasarımları değerlendirmek ve optimize etmek için bir metodoloji sunulmasıdır.	Çok kriterli optimizasyon kullanılmıştır	Alışveriş Merkezi Tasarımı
2017	Determinants and Outcomes in A Shopping Mall	Das ve Varshneya	Journal of Retailing and Consumer Services	Tüketici duygularının anlaşılması için model geliştirilmesidir.	İstatistiksel analiz yöntemlerini uygulamışlardır.	AVM Atmosferi, Tüketici Duyguları
2018	The Influence of Tenant Turnover Factors on Rent in Shopping Centers in Lagos Metropolis	Akinjare ve diğerleri	International Journal of Civil Engineering And Technology	Ciro faktörlerinin alışveriş merkezi kiraları üzerindeki etkisini anlaşılmasıdır.	Doğrusal regresyon ve sıralanmış aritmetik ortalama	Alışveriş Merkezi Kiracıları ve AVM Ciro
2018	A Task-Based Fuzzy Integrated MCDM Approach for Shopping Mall Selection Considering Universal Design Criteria	Can ve Delice	Soft Computing	Alışveriş merkezi seçiminde, karar alma problemini evrensel tasarım, teknik özellikler, estetik görünüm vb. gibi çeşitli ana kriterleri dikkate alarak çözümlenmesidir.	Bulanık çok kriterli karar verme yöntemleri, MF-DEMATEL, F-MOORA, F-COPRAS	Alışveriş Merkezi Tasarımı
2018	A Military Airport Location Selection by AHP Integrated PROMETHEE and VIKOR Methods	Sennaroglu ve Celebi	Transportation Research Part D	Bir askeri havalimanı için, birden fazla kriter belirleme yöntemi kullanan bir yer seçimi problemi sunmaktadır.	AHP PROMETHEE VIKOR	Ulaşım
2018	Isparta İli Yenişarbademli İlçesinin Ekoturizm Potansiyelinin SWOT Analizi Aracılığıyla Belirlenmesi	Tatkan	İzmir Kâtip Celebi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi	Isparta ilinin Yenişarbademli ilçesinin ekoturizmin, bu coğrafyada uygulanabilirliği çalışılmıştır.	SWOT	Turizm



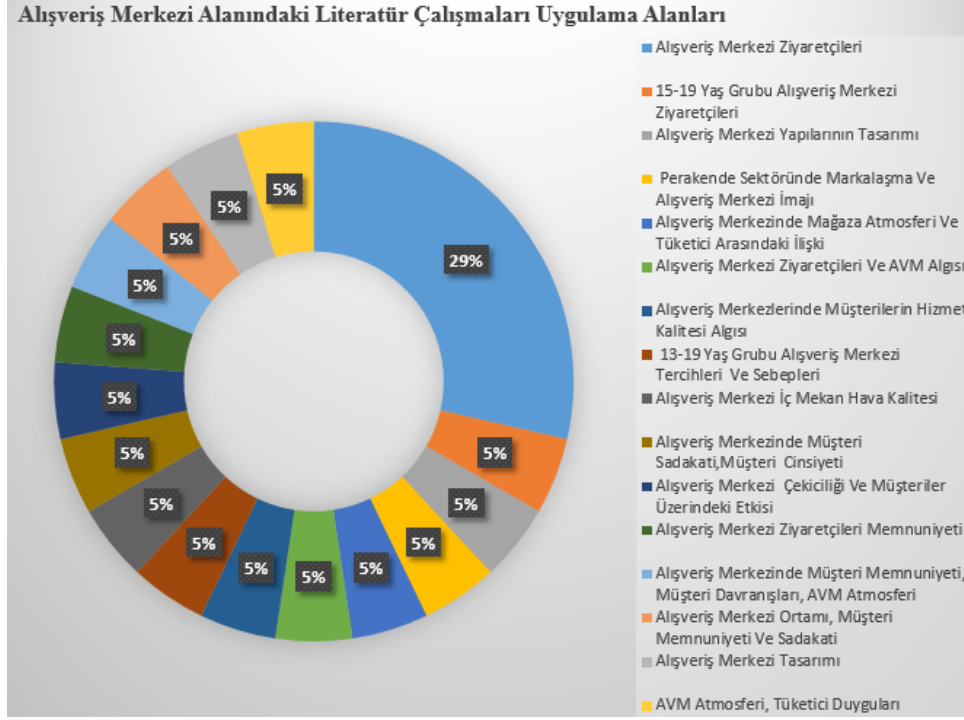
## II. BULGULAR

İncelenen çalışmalar kapsamında, elde edilen sonuçlara göre; bazı grafikler sunulup değerlendirmeler yapılmıştır.

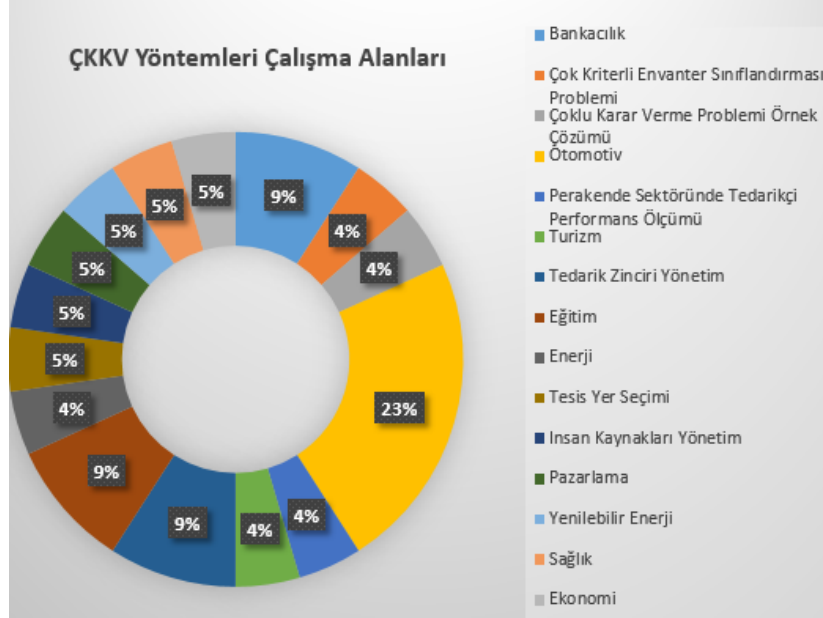


**Şekil.4 Literatür araştırmasında alışveriş merkezleri ile ilgili çalışmaların kullandıkları yöntemlere göre dağılımının pasta grafiği**

Şekil.4 değerlendirildiğinde, ulusal ve uluslararası literatürde alışveriş merkezlerinin belli bir alanını ele alan çalışmalarda en çok kullanılan yöntemler, anket çalışmaları ve istatistiksel analiz yöntemleri olmuştur. Şekil.5’de ise, alışveriş merkezleri ile ilgili çalışmalarda, en çok alışveriş merkezi ziyaretçileri üzerine çalışmalar yapılmıştır.

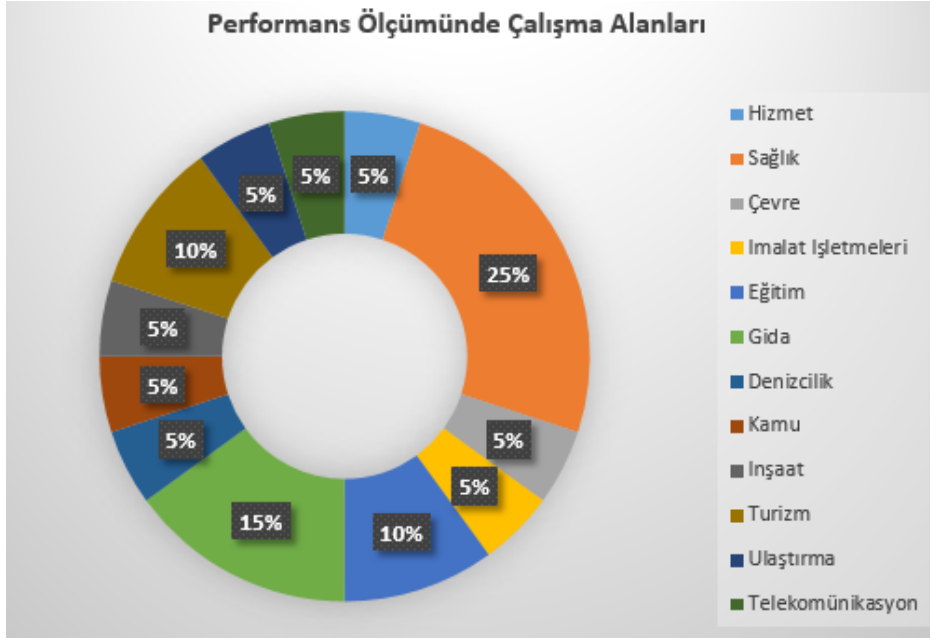


Şekil . 5 Literatür araştırmasında alışveriş merkezleri ile ilgili çalışmaların uygulama alanlarına göre dağılımının pasta grafiği



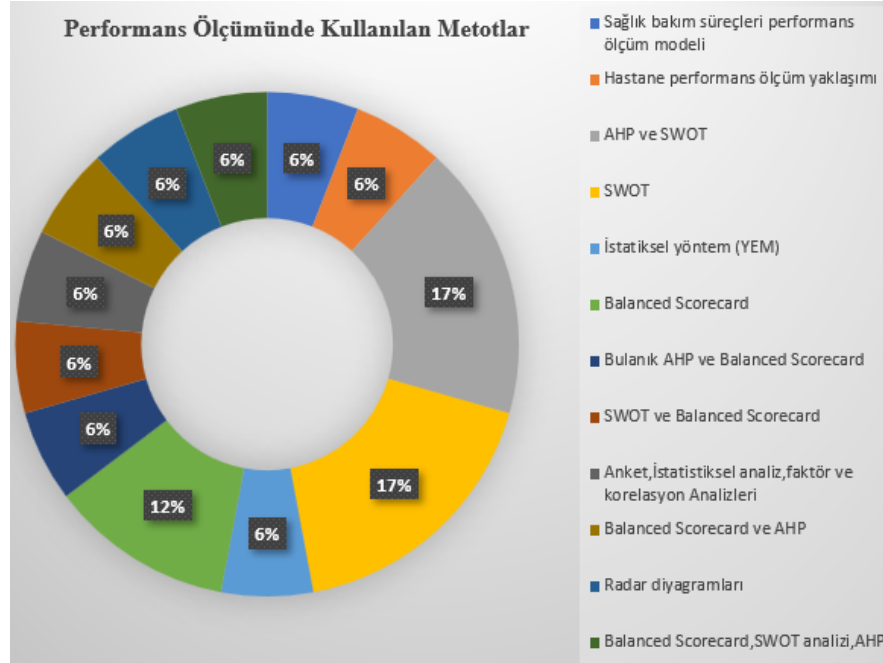
Şekil.6 Literatür araştırmasında ÇKKV yöntemleri ile ilgili çalışmaların uygulama alanlarına göre dağılımının pasta grafiği

Şekil.6 değerlendirildiğinde,ulusal ve uluslararası literatürde ÇKKV yöntemleri ile ilgili çalışmaların en çok otomotiv, tedarik zinciri, eğitim ve bankacılık alanlarında yapıldığı söylenebilir. Şekil.7 değerlendirildiğinde, performans ölçümü en çok uygulandığı alan, sağlık sektörü olarak gözlenmiştir.



Şekil.7 Literatür araştırmasında performans ölçümü ile ilgili çalışmaların uygulama alanlarına göre dağılımının pasta grafiği

Şekil.8 değerlendirildiğinde ise, performans ölçümü en çok uygulanan metotlar, SWOT,AHP ve Balanced Scorecard yöntemleri olmuştur.



Şekil.8 Literatür araştırmasında performans ölçümü ile ilgili çalışmalarda kullanılan yöntemlere göre dağılımının pasta grafiği

## **SONUÇ VE DEĞERLENDİRME**

Sürekli yeni gelişmelerin yaşandığı, rekabetin her geçen gün hızla arttığı perakende sektöründe alışveriş merkezleri önemli bir yere sahip olarak faaliyet göstermektedirler. Alışveriş merkezleri artık sadece alışveriş için gidilen mekânlar olmaktan çıkmış, mimarileriyle, sunulan hizmet ve sosyal yaşam alanlarıyla, etkinlikleriyle bir yaşam tarzını yansıtır hale gelmiştir. Alışveriş merkezlerine olan rağbet arttıkça, AVM sayıları ve dolayısıyla rekabet seviyesi de yükseliş göstermektedir. Rekabetin yükselişte olduğu bu dönemde, performans değerlendirmeleri de büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma, öncelikli olarak alışveriş merkezlerinin birtakım karar verme teknikleri uygulanarak, performans ölçümü yapan herhangi bir çalışmanın varlığını sorgulamak için yapılmıştır. Çalışmada, alışveriş merkezleri, çok kriterli karar verme teknikleri ve performans ölçümü alanındaki çalışmalar sistematik bir yaklaşım ile detaylı olarak ele alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda, belirlenen konular ile ilgili anahtar kelimeler seçilip kaynak taraması yapılmıştır. Detaylı bir tarama yapılarak yazındaki boşluklar tespit edilmiştir. Bu çalışma kapsamında incelenen tüm bilimsel kaynaklara ilişkin genel bir değerlendirme yapmak gerekirse;

Yapılan kaynak taramasında elde edilen sonuçlara göre, alışveriş merkezi alanındaki çalışmaların az ve sınırlı olduğu ve daha çok, AVM müşterilerine, müşterilerin memnuniyetine veya AVM tasarımı gibi AVM'nin tek bir alanına yönelik yapıldığı gözlenmiştir. Bu yüzden, bu alandaki incelenen çalışmaların tek düze halinde belli birkaç konu üzerinde yoğunlaştığı söylenebilir. Ayrıca son yıllarda çok kriterli karar verme tekniklerinin uygulanmasında artış olduğu gözlemlenmiştir. ÇKKV tekniklerinin uygulandığı çalışmalarda, en çok uygulamaların yapıldığı alanların, otomotiv, tedarik zinciri, eğitim ve bankacılık olduğu söylenebilir. Performans ölçümü uygulama alanları incelendiğinde, sağlık, gıda, turizm, pazarlama ve eğitim alanları gibi çeşitli sektörlerde, performans ölçümünü farklı yöntemler ile ele alan birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bu alanlardaki incelenen çalışmalardan yola çıkarak, performans ölçümünün hizmet sektöründe etkin bir araç olduğu söylenebilir.

Bu çalışmanın amacı, belirlenen alanlarda detaylı, sistematik bir yazın araştırması yapmanın yanı sıra, yazında AVM alanındaki çalışmaların az ve yetersiz olduğuna dair araştırmacıların dikkatini çekerek, yazında bu alandaki boşluğun doldurulması için gerekli kaynakların sağlanmasına katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Çalışmada, günümüzün modern yaşantısında vazgeçilmez bir yere sahip olan alışveriş merkezlerinin performans ölçüm problemi ele alınmıştır. Çalışma ile belirlenen alanlardaki eksikler tespit edilerek, kapsamlı bir yazın çalışması sunulmuştur. Çalışma kapsamında incelenen tüm bilimsel kaynaklara ilişkin net bir değerlendirme yapıldığında, literatüre kazandırılan en önemli bulgu; alışveriş merkezlerinin performansını çok kriterli karar verme yöntemleri kullanarak performansını ölçmeye yarayan, birleştirici ve kapsayıcı bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Bu çalışma ile bu alandaki eksikliğin de ortaya çıkarılması ile literatüre olumlu katkı sağlaması düşünülmektedir. Bir diğer bulgu ise, yazında AVM, çok kriterli karar verme, performans ölçümü ile ilgili çalışmaları kapsayıcı bir literatür çalışmasına yer verilmemiştir. Bu kapsamda, çalışmanın, yazında literatür araştırmalarında özgün bir yere sahip olacağı umulmaktadır. Elde edilen sonuçlar dahilinde, ileriki çalışmalar için, performans ölçümünde ulaştırma, inşaat, çevre ile ilgili sektör çalışmaları, ÇKKV yöntemlerinde ise, enerji ve ekonomi sektörü ile ilgili çalışmaların yazına kazandırılması eksikliklerin giderilmesinde yazına olumlu katkı sağlayacaktır.

## **KAYNAKÇA**

- Akat, Ö., Taşkın, Ç., & Özdem, A. (2006), "Uluslararası alışveriş merkezi tüketicilerinin satın alma davranışı: bursa ilinde bir uygulama". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2, 13-30.
- Akıncı, G.M. (2013). "Gençler ve alışveriş merkezleri (AVM'ler): AVM kullanım tercihleri hakkında bir alan çalışması". *Megaron*, 8(2), 87-96.
- Anselmsson, J. (2016). "Effects of shopping centre re-investments and improvements on sales and visit growth". 32, 139-50.
- Arıkan, F. & Küçükçe, Y.S. (2012). "Satın alma faaliyeti için bir tedarikçi seçimi – değerlendirme problemi ve çözümü", *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 27(2): 255-264.

- Athawale, V.M. & Chakraborty, S. (2010). "Facility location selection using PROMETHEE II method", Proceedings of the 2010 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Dhaka; 59-63.
- Bakırtaş, H. (2010). "AVM'lerde mağaza içi atmosferin tüketim duyguları ve satın alma davranışı üzerindeki etkisi". Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi.
- Behzadian, M., Kazemzadeh, R. B., Albadvi, A., & Aghdasi, M. (2010). "Promethee: A comprehensive literature review on methodologies and applications". European Journal of Operational Research, 2010, 198–215.
- Bentes, A. V. , Carneiro J., Da Silva J. F. & Kimura H. (2012). "Multidimensional assessment of organizational performance Integrating BSC and AHP". Journal of Business Research, 65(12): 1790-179
- Bij. J. D. & Vissers, J. M. H. (1999). "Monitoring health care processes: a framework for performans indicators". International Journal of Health Care Quality Assurance, (12) 5, 214-221.
- Brans, J.P., Vincke, P. & Mareschal, B. (1986). "How to Select and How to Rank Projects: The PROMETHEE Method".European Journal of Operational Research, 24,228-238.
- Brignall, T. J., Fitzgerald, L., Johnston, R. & Silvestro, R. (1991). "Performance measurement in service businesses". Management Accounting, 69(10), 34–36.
- Büyükselçuk, Ç.E., Üner, Ö. & Özkan, Ç. (2005). "Kobilerde çalışma koşulları - çalışan memnuniyeti ilişkisi". V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Cengiz, E. & Özden, B. (2002). "Perakendecilikte büyük alışveriş merkezleri ve tüketicilerin büyük alışveriş merkezleri ile ilgili tutumlarını tespit etmeye yönelik bir araştırma". Ege Akademik Bakış, Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Siyasi Bilimler Dergisi, 2(1), 65-78.
- Chang, H.H. & Huang, W.C., (2006), "Application of a quantification SWOT analytical method", Mathematical and Computer Modelling 43, 158–169.
- Chakraborty, S., Zavadskas, E. K. & Antucheviciene J. (2015). "Applications of WASPAS method as a multi-criteria decision-making tool", Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research 49(1), 1-17.
- Chebat, J. C., Sirgy, M. J. & Grzeskowiak, S. (2010). "How can shopping mall management best capture mall image?". Journal of Business Research, 63(7) ,735–740.
- Çelik, H. (2011). "Alışveriş merkezlerinde hizmet kalitesi algısı ve bir araştırma". Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 16(3), 439-444.
- Çelikdin, A.E. (2014). "Balanced scorecard sisteminde Swot analizi ile Ahp kullanımı: yem sektöründe bir uygulama". Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi.
- Dağdeviren, M. & Eraslan, E. (2008). "PROMETHEE sıralama yöntemi ile tedarikçi seçimi",Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 23(1), 69-75.
- Das, G., & Varshneya, G. (2017). "Consumer emotions: Determinants and outcomes in a shopping mall". Journal of Retailing and Consumer Services, 38,177–85.
- Demirci, T. (2013). "Analitik hiyerarşi sürecine dayalı kredi değerlendirme modeli". Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek lisans tezi
- Dündar, S. (2008). "Ders seçiminde analitik hiyerarşi proses uygulaması". Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13:217-226
- Durdudiler, M. (2006). "Perakende sektöründe tedarikçi performans değerlemesinde Ahp ve Bulanık Ahp uygulaması". Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Dyson, R.G., (2004)."Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick", European Journal of Operational Research, 152, 631-640.
- El-Adly, M.I. (2007), "Shopping malls attractiveness: a segmentation approach". International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 35 No. 11, pp. 936-950.
- El-Adly, M. I. & Eid, R. (2016). "An Empirical Study of the Relationship between Shopping Environment, Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty in the UAE Malls Context". 31 217–27.
- El-Abd, W., Kamel, B., Afify, M. & Dorra, M. (2018)." Assessment of skylight design configurations on daylighting performance in shopping malls: a case study". Solar Energy, 170, 358–368.
- Eva Gayrimenkul Değerleme, <http://www.evagyd.com/>.
- Friedman, M. (1997) "A guide to developing, using performance measures in results-based budgeting".Prepared for The Finance Project, <http://www.financeproject.org/Publications/measures.html>
- Genç, T. & Masca, M. (2013). "TOPSIS ve PROMETHEE yöntemleri ile elde edilen üstünlük sıralamalarının bir uygulama üzerinden karşılaştırılması", Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 15(2), 539-566.

- Girginer, N. & Kaygısız, Z. (2009). "İstatistiksel yazılım seçiminde analitik hiyerarşi süreci ve 0-1 hedef programlama yöntemlerinin birlikte kullanımı". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 211-233.
- Griffith, J.R. (1999). *The Well-Managed Healthcare Organization*,. USA, Chicago: Illinois AUPHA Press.
- Gül, M., Çelik, E., Güneri, A.F. & Gümüş, A.T. (2012). "simulasyon ile bütünleşik çok kriterli karar verme: bir hastane acil departmanı için senaryo seçimi uygulaması", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 22, 1-18.
- Güven M. & Çelik N. (2007). "Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemi ile otel işletmelerinde hizmet kalitesini değerlendirme: bartin örneği". *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (6), 1-20.
- Gayrimenkul ve Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Derneği (GYODER), "Türkiye Gayrimenkul Sektörü 2018 4.Çeyrek Raporu" Sayı 15, 2019.
- Haj-Salem, N., Chebat, J. C., Michon, R. & Oliveira, S. (2016). "Why male and female shoppers do not see mall loyalty through the same lens? The mediating role of self-congruity". *Journal of Business Research*, Elsevier, 69(3),1219-1227.
- Işık, Z. (2009). "İnşaat sektöründe performans ölçümü için kavramsal bir model", Doktora Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- İbicioğlu, H. (2005). "Alışveriş Merkezleri: Demografik etkenler ve tüketici tutumlarının incelenmesine yönelik bir araştırma".*Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 10(1), 43-55.
- İlter, B. Özgen, Ö. & Aykol, B. (2009). "İlise öğrencilerinin alışveriş merkezlerine gereksinimlerinin kano modeli ile sınıflandırılması; izmir ili uygulaması ".*Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 8(2), 141-162
- Kabadayı, E.T. (2002). "İşletmelerdeki Üretim Performans ÖlçütlerininGelişimi, Özellikleri ve Sürekli İyileştirme ile İlişkisi", *DoğuşÜniversitesi Dergisi*, 6, 61-75.
- Kesari, B. & Atulkar, S. (2016) "Satisfaction of Mall Shoppers: A Study on Perceived Utilitarian and Hedonic Shopping Values",*Journal of Retailing and Consumer Services* 31, 22–31.
- Köksal, Y. & Aydın, E.E. ( 2015). "Tüketicilerin alışveriş merkezleri algısı üzerine karşılaştırmalı bir inceleme: göller bölgesi örneği". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(24), 231-248.
- Köksal, Y. & Emirza, E. (2011). "Kuruluş Yeri Açısından Cadde ve Alışveriş Merkezi Mağazacılığının Karşılaştırılması: Ankara İlinde Bir Araştırma." *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 75-87.
- Kurttila, M., Pesonen, M., Kangas, J. & Kajanus, M., (2000) "Utilizing the analytical hierarchy process (AHP) in SWOT analysis - a hybrid method and its application to a forest certification case", *Forest Policy and Economics*, 1 (1), 41–52.
- Macharis, C., Springael, J., De Brucker, K., & Verbeke, A. (2004). "Promethee and AHP: The design of operational synergies in multicriteria analysis. Strengthening Promethee with ideas of AHP". *European Journal of Operational Research*, 153, 307–317.
- Manteghi & Zohrebi (2011). "A proposed comprehensive framework for formulating strategy, s. a hybrid of balanced scorecard, SWOT analysis, porter's generic strategies and fuzzy quality function deployment", *Procedia Social and Behavioral Sciences Dergisi*, 15, 2068–2073.
- Mehmet S. & Kaya S. 2010. "Hastanelerde performans ölçümü", *Verimlilik Dergisi*, 4, 25-47.
- Mittal, A. & Jhamb, D. (2016). "Determinants of Shopping Mall Attractiveness: The Indian Context". *Procedia Economics and Finance*, 37.16 386–390.
- Mousakhani M., RAHMANi H. & HAMiDi N. (2010). "Hospitals ranking using fuzzy analytic hierarchy process balanced score card", *Asian Journal Of Management Research (Online Open Access Publishing Platform For Management Research)*, 666-678.
- Osuna, E. E & Aranda, A., "Combining SWOT and AHP techniques for strategic planning", *Proceedings of ISAHp 2007, Vina del Mar, Chile*.
- Ömürbek, N., Karaatlı, M., Eren, H. & Şanlı, B. (2014). "AHP temelli promethee sıralama yöntemi ile hafif ticari araç seçimi". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (4), 47-64.
- Özdemir, A. & Özveri, O. (2004). "çok kriterli envanter sınıflandırılmasında analitik hiyerarşi sürecinin uygulanması".*Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 19(2),137-154.
- Özer, A. (2009). "Performans yönetimi uygulamalarında performansın ölçümü ve değerlendirilmesi", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 73,3-29.

- Özgülven, N. (2012). "Promethee sıralama yöntemi ile özel alışveriş siteleri üzerine bir araştırma". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 27, 195-201.
- Reynolds, K.E., Ganesh, J. & Luckett, M. (2002). "Traditional Malls vs. Factory Outlets: Comparing Shopper Typologies and Implications for Retail Strategy". Journal of Business Research, 55(9), 687-696.
- Saaty, T.L. (2008). "Decision making with the analytic hierarchy process". International Journal of Services Sciences, 1(1), 83-98.
- Shang, Y. Z., Li, B. Z., Baldwin, A.N., Ding, Y., W. Yu., & Cheng, L. (2016). "Investigation of indoor air quality in shopping malls during summer in western china using subjective survey and field measurement". Building and Environment, 108, 1-11.
- Soba, M. (2012). "Promethee yöntemi kullanarak en uygun panelvan otomobil seçimi ve bir uygulama", Journal of Yasar University, 28(7): 4708-4721.
- Sultana, A. & Kumar, A. (2012). "Ranking of biomass pellets by integration of economic, environmental and technical factors". Biomass and Bioenergy, 39, 344-355.
- Tatkan, A. (2018). "Isparta İli Yenişarbademli ilçesinin ekoturizm potansiyelinin swot analizi aracılığıyla belirlenmesi". İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Theodorou, S., Florides, G., & Tassou, S. (2010). "The use of multiple criteria decision making methodologies for the promotion of RES through funding schemes in Cyprus, A review". Energy Policy, 38. 7783-7792
- Tokpunar, İ. (2014). "Tedarik zinciri yönetiminde talep tahmin doğruluğunu arttırmak için radar diyagramının kullanımı", Bahçeşehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Turcksin, L., Bernardini, A., & Macharis, C. A. (2011). "Combined AHP-Promethee approach for selecting the most appropriate policy scenario to stimulate a clean vehicle fleet". Procedia Social and Behavioral Sciences, 20, 954-965.
- Ünal, Ö. F. (2011). "Analitik Hiyerarşi Prosesi ve personel seçimi alanında uygulamaları". Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 3(2), 18-38
- Yetmen, A. & Kişi, H. (2011). "Kentsel toplu taşımacılıkta kurumsal performans ve çalışan memnuniyeti: izmir'de eshot üzerine bir araştırma". Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 3 (1), 85-106.
- Yıldırım, T. (2010). "İstanbul'da bulunan alışveriş merkezlerinin gelişim-değişim süreçleri ve tasarım kriterlerinin karşılaştırmalı analizi". Yüksek lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Wakefield, K. L. & Baker, J. (1998). "Excitement at the mall: determinants and effects on shopping response". Journal of Retailing, (74), 515-540.
- Wickramasinghe, V. & Takano, S. (2010). "Application of combined SWOT and analytic hierarchy process (AHP) for tourism revival strategic marketing planning: A case of Sri Lanka tourism.". Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, 8, 954-969.
- Zhu, Z., Xu, L., Chen, G., & Li, Y. (2010). "Optimization on tribological properties of aramid fibre and CaSO4 whisker reinforced non-metallic friction material with analytic hierarchy process and preference ranking organization method for enrichment evaluations". Materials and Design, 31, 551-555.