

Vizyoner

Dergisi

CİLT:16 SAYI:48 YIL:2025 ISSN: 1308-9552



Süleyman Demirel University

Visionary

VOLUME:16 ISSUE:48 YIL:2025 Journal

Derginin Sahibi / Owner of the Journal

Prof. Dr. Mehmet SALTAN
(Süleyman Demirel Üniversitesi Adına / On Behalf of Süleyman Demirel University)

Baş Editör / Editor-in-Chief

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL
Süleyman Demirel Üniversitesi

Editörler / Editors

Prof. Dr. Dr. Erdal EKE
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Aykut SEZGİN
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL
Süleyman Demirel Üniversitesi

Alan Editörleri / Section Editors

Prof. Dr. Cevdet Yiğit ÖZBEK
Kırklareli Üniversitesi

Prof. Dr. Ömer Akgün TEKİN
Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Aykut SEZGİN
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Fatih DEMİR
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Melih SEVER
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Şahin ÇAYLI
Düzce Üniversitesi

Prof. Dr. Erdal EKE
Süleyman Demirel Üniversitesi

Prof. Dr. Hasan Hüseyin UZUNBACAK
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Çiğdem KURT CİHANÇİ
İzmir Bakırçay Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Menekşe ŞAHİN
Hitit Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Yusuf ŞAHİN
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Yabancı Dil Editörü / Foreign Language Editor

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Onur DEMİREL
Süleyman Demirel Üniversitesi

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Azmi YALÇIN
Çukurova Üniversitesi

Prof. Dr. Durmuş ACAR
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Prof. Dr. Ferda YERDELEN TATOĞLU
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. İlker Hüseyin ÇARIKÇI
Süleyman Demirel Üniversitesi

Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT
Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Murat Ali DULUPÇU
Süleyman Demirel Üniversitesi

Prof. Dr. Reşad MURADOV
Azerbaijan State University of Economics

Prof. Dr. Süleyman BARUTÇU
Pamukkale Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Emil PAPAZOV
University of National and World Economy

Doç. Dr. / Assoc. Lyudmila MIHAYLOVA
University of Ruse

Prof. Dr. Chi-chang CHANG
Chung Shan Medical University

Prof. Dr. Erdal EKE
Süleyman Demirel Üniversitesi

Prof. Dr. İbrahim Attila ACAR
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Prof. Dr. João Carlos Correia LEITÃO
University of Beira Interior (UBI)

Prof. Dr. Mahmut DEMİR
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

Prof. Dr. Özlem ÖZER
Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Prof. Dr. Serkan BENK
İnönü Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Aykut SEZGİN
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Seyil NAJIMUDINOVA
Kyrgyz-Turkish Manas University

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. A. Mesud KÜÇÜKKALAY Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Dragan PAMUCAR University of Belgrade	Prof. Dr. Erkan ERDİL Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Ersan ÖZ Pamukkale Üniversitesi	Prof. Dr. Hasan Hüseyin YILDIRIM Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Prof. Dr. Hayrettin USUL İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	Prof. Dr. Hasan Hüseyin ÖZGÜR Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Prof. Dr. Levent AYTEMİZ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. M. Murat BASKICI Ankara Üniversitesi	Prof. Dr. Malakeh MALAK Al-Zaytoonah University of Jordan
Prof. Dr. Mehmet Güray GÜLER İstanbul Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Murat GÜL Kırıkkale Üniversitesi
Prof. Dr. Murat KAYALAR Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Prof. Dr. Mustafa LAMBA Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Neşe KUMRAL Ege Üniversitesi	Prof. Dr. Olugbenga Omotayo ALABI University of Abuja
Prof. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Prof. Dr. Şenol BABUŞCU Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Tomofumi OKA Sophia University	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Habeebullah ZAKARIYAH International Islamic University

Dizgi / Type Setting

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL
Süleyman Demirel Üniversitesi

Kapak Tasarım / Cover Design

Grafiker / Graphic Designer Durmuş Ali GÜRTOKLU
Süleyman Demirel Üniversitesi

Yayımcı / Publisher

Süleyman Demirel Üniversitesi
Süleyman Demirel Üniversitesi, 32260, Çünür, Isparta / TÜRKİYE
<https://sduyayinlari.sdu.edu.tr/>
<https://ror.org/04fjte88>
sduyayinlari@sdu.edu.tr
+90 246 2113570

İletişim Adresi / Contact Info

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi
Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Doğu Kampüsü, 32260, Çünür, Isparta / TÜRKİYE
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/vizyoner>
vizyoner@sdu.edu.tr
+90 246 2110548



Bu eser [Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) ile lisanslanmıştır.

Amaç / Aim

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde 2009 yılında yayın hayatına başlayan hakemli bir e-dergidir. Derginin amacı, İktisadi ve idari programları kapsayan tüm alanlarla ilgili bilimsel çabalara öncülük etmek için bilim insanlarının bilgi, görüş ve önerilerini paylaştıkları, özgür bilimsel düşünce gücünü destekleyen uluslararası bilimsel bir platform oluşturmaktır. Bu anlamda Vizyoner Dergisi'nin en temel vizyonu evrensel ölçekte bilgi üreterek toplumun ihtiyaç ve beklentilerine göre sosyal, ekonomik ve politik gelişmelere ilham ve yön veren uluslararası bir dergi olmasıdır.

Süleyman Demirel University Visionary Journal is a refereed e-journal that begun to be issued in 2009 within the body of Süleyman Demirel University. In order to pioneer scientific endeavors related to all the fields of economic and administrative sciences the aim of the journal is to form an international scientific platform where the knowledge, opinion and proposals of the scientists are shared, and that supports free scientific thoughts. In this context, the major vision of Visionary Journal is to be an international journal that would inspire and direct social, economic and political developments according to the needs and expectations of the society by producing universal knowledge creation.

Kapsam / Scope

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, iktisadi ve idari bilimler ile ilgili tüm konularda Türkçe veya İngilizce hazırlanmış araştırma makaleleri ve derleme makaleleri kabul etmektedir. Dergi Şubat, Mayıs, Ağustos ve Kasım aylarında olmak üzere yılda dört sayı olarak yayımlanmaktadır. Dergiye gönderilen makalelerden değerlendirme ücreti ve başvuru ücreti alınmamaktadır. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmış olmalıdır. Vizyoner Dergisi yayın etiği konusunda COPE (Committee on Publication Ethics) tarafından belirlenen yayın etiği ilke, standart ve tavsiyelerini gözetmektedir. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler iThenticate veya Turnitin intihal programından geçirilmektedir. Vizyoner Dergisi açık erişim politikası benimsemiş bir dergidir. Dergide yayımlanan tüm eserler [Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı \(CC BY\)](#) ile lisanslanmaktadır. Bu lisans kapsamında dergide yayımlanan eserlerdeki telif hakları yazarlarına aittir. Dergide yayımlanan yazılardaki görüşler derginin görüşleri değildir. Tüm sorumluluk yazarlarına aittir. Yazarlara nakit olarak telif ücreti ödenmemektedir.

Süleyman Demirel University Visionary Journal accepts research articles and review articles on all the subjects of the fields of economics and administrative sciences that are written in Turkish or English. The journal is published four times in a year, namely in February, May, August and November. Evaluation fee and application fee are not charged from the articles sent to the journal. The articles submitted for publication in the Journal should be prepared in accordance with the rules of research and publication ethics. In terms of publication ethics Visionary Journal pursues the principles, standards and recommendations of the publication ethics determined by COPE (Committee on Publication Ethics). The articles that are sent to the Journal are going to be scanned thought the iThenticate or the Turnitin plagiarism program. Visionary Journal is a journal that adopts open access policy. All the papers published in the Journal are licensed by [Creative Commons Attribution 4.0 International license \(CC BY 4.0\)](#). Under this license, the copyright of the articles published in the journal belongs to the authors. The opinions in articles published in the journal are not the views of the journal. All responsibility belongs to the authors. The journal does not pay any royalties to authors.

İndeksler / Indexes

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi aşağıdaki veri tabanları/bibliyografya/indeksler tarafından taranmaktadır:

Süleyman Demirel University Visionary Journal are indexed in the following data bases/bibliographies/indices:



EBSCOHOST (2011)



TR Dizin (2017)



Sosyal Bilimler Atıf Dizini
(SOBIAD) (2017)



Online Dergi Platformu ve
İndeksleme Derneği (OJOP)
(2022)

Hakem Kurulu / Referee Board

Prof. Dr. Ayşe AZMAN Mersin Üniversitesi	Prof. Dr. Berrin GÜZEL Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu Bulut GÜRPINAR AYDIN Gebze Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Celaleddin SERİNKAN Pamukkale Üniversitesi	Prof. Dr. Dilek ÇETİN Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Enver BOZDEMİR Düzce Üniversitesi	Prof. Dr. Fikret YAMAN Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Alp ÖZEL Karabük Üniversitesi	Prof. Dr. Hayati AKTAŞ Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Hayrettin ZENGİN Sakarya Üniversitesi	Prof. Dr. Huriye Şebnem BURNAZ İstanbul Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Hüsamettin İNAÇ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa KOCAOĞLU Necmettin Erbakan Üniversitesi	Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer KURTBAĞ Erciyes Üniversitesi	Prof. Dr. Özlem ÖZER Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Prof. Dr. Selçuk KENDİRLİ Hitit Üniversitesi	Prof. Dr. Selen IŞIK MADEN Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Serap ÖZEN Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Prof. Dr. Süheyla SARITAŞ Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Şerif ÖNER Balıkesir Üniversitesi	Prof. Dr. Şükran KARACA Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ahmet Buğra HAMŞIOĞLU Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ahmet Hüsrev ÇELİK Düzce Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Arzu YİĞİT Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Bekir GEREKAN Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Bekir GÜZEL Rize Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Cemil GÜNDÜZ Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ceyhan AKYOL Artvin Çoruh Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Emin Efekan AKTAŞ Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ethem TOPÇUOĞLU Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Gamze YORGANCIOĞLU TARCAN Hacettepe Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Gökben BAYRAMOĞLU Hitit Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Hande ÖZGEN Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Hasan BARDAKÇI Harran Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Hatice Elanur KAPLAN Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Hicran Hamza ÇELİKİYAY Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. İsa GÜL Afyonkarahisar Sağlık Bilimleri Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Koray ÇETİNCELİ Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Mehmet Ali TÜRKMENOĞLU Muş Alparslan Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Mehmet Sami SÜYGÜN Tarsus Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Meltem KESKİN Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Mevlüt AKÇAPA Bursa Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Muhammet Hamdi MÜCAVHER Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Musa ÖZTÜRK Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Mustafa ATATORUN Süleyman Demirel Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Nil Esra DAL Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Nurperihan TOSUN Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Oktay TATLICIOĞLU Dicle Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Osman ŞENOL Karadeniz Teknik Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Özlem TUNA Afyonkarahisar Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Pınar Özden CANKARA Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Selda LİMON Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Selim KANAT Süleyman Demirel Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Sevilay Zehra AKSOY Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Tuğçe BORAN Sakarya Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Yavuz CANKARA Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Yusuf KAYA Pamukkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Adem Ali İREN Süleyman Demirel Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Eda EVLA MUTLU Antalya Bilim Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Gökhan EĞİLMEZ Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Gümrah Can BAŞDAĞ Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Hasan Giray ANKARA Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Hüseyin ERDAŞ Trakya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. İbrahim KARAASLAN Gümüşhane Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Mehmet GÖZLÜ Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Mehmet UÇAR Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Mürşide ÖZGELDİ Maltepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Nursel AYDINTUĞ MYRVANG Biruni Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pınar BACAĞSIZ İstanbul Gelişim Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Said ALTINIŞIK Düzce Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yıldız Zeliha HATİPOĞLU İstanbul Aydın Üniversitesi

Hakem kurulu listesi, dergimizin bu sayısında yayınlanan ve yayınlanması uygun bulunmayan makaleleri değerlendiren hakemlerden oluşmaktadır. Hakemlerimize dergimize yapmış oldukları katkıdan dolayı teşekkürlerimizi sunarız.

This list of Reviewer Board constitutes of the referees that evaluate the articles that are published in this volume of our Journal and the articles that are found to be insufficient to be published. We thank all the referees for their priceless contributions to our Journal.

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Arastırma Makalesi / Research Article

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

Suat ÇAĞMAN

Doç. Dr. Koray GENÇ

Yayla Turizmi Ziyaretçilerinin Deneyimleri Üzerine Bir Değerlendirme: Aybastı Perşembe Yaylası Örneği

An Evaluation of the Experiences of Visitors in Plateau Tourism: The Case of Aybastı Perşembe Plateau

1107-1124

Arastırma Makalesi / Research Article

Prof. Dr. Mehmet GENÇTÜRK

Arş. Gör. Hümeysra YILDIZ

Yeşil Finansa Fintek ve Blockchain Yatırımlarına İlişkin Bibliyometrik ve Sosyal Ağ Analizi

Bibliometric and Social Network Analysis of Fintec and Blockchain Investments in Green Finance

1125-1141

Arastırma Makalesi / Research Article

Doç. Dr. Esma ÖZDAŞLI

İkinci Karabağ Savaşı'nın Türk Dünyasının Bütünleşme (Entegrasyon) Sürecine Etkileri

The Effects of the Second Karabakh War on the Integration Process of the Turkic World

1142-1155

Arastırma Makalesi / Research Article

Doç. Dr. Gökhan DUMAN

COVAX: Sistemsel Sorunlar Sebebiyle Küresel Aşı Eşitliğinin Çöküşü

COVAX: The Collapse of Global Vaccine Equity Due to Systemic Problems

1156-1169

Arastırma Makalesi / Research Article

Assoc. Prof. Dr. Nazan GÜNGÖR KARYAĞDI

Assoc. Prof. Dr. Serpil SUMER ADİN

Evaluation of Participation Finance Accounting Standards in Türkiye by Academicians and Participation Bank Employees

Türkiye'de Katılım Finans Muhasebe Standartlarının Akademisyenler ve Katılım Bankası Çalışanları Tarafından Değerlendirilmesi

1170-1182

Arastırma Makalesi / Research Article

Doç. Dr. Seda BAYRAKDAR

Para Politikası ve Gelir Eşitsizliği İlişkisi: Kırılgan Beşli Ülkelerinde Nedensellik Analizi

The Relationship between Monetary Policy and Income Inequality: Causality Analysis in Fragile Five Countries

1183-1200

Arastırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet DENİZ

Yetenek Yönetiminin İş ve Yaşam Doyumuna Etkisi: Havacılık Sektörü Yer Hizmetleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma

The Effect of Talent Management on Job and Life Satisfaction: A Study on Ground Handling Employees in the Aviation Sector

1201-1220

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Betül TANRIVERDİ

6 Şubat Depremlerinde Sosyal Yardımlara Yönelik Kriz İletişimi Araştırması: Kahramanmaraş İli Örneği

Research on Crisis Communication for Social Aids in the 6 February Earthquakes: The Example of Kahramanmaraş Province

1221-1240

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Emel BURAK

Presenteeizmin Çalışan Performansına Etkisinde Demografik Faktörler ve İş Pozisyonunun Düzenleyici Rolü

The Moderating Role of Demographic Factors and Job Position in the Effect of Presenteeism on Employee Performance

1241-1260

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Esra SİNCER

Şerife DURMAZ

Sosyal Bilimlerde Akran Etkisine Yönelik Araştırmaların Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Peer Effect Studies in Social Sciences

1261-1275

Araştırma Makalesi / Research Article

Asst. Prof. Dr. Fatih GÖNÜL

Lecturer Mehmet Emin YAŞAR

Lecturer Metin ATAY

The Mediating Role of Work Engagement in the Relationship Between Perceived Organizational Support and Psychological

Well-Being

Algılanan Örgütsel Destek ile Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkide Çalışmaya Tutkunluğun Aracılık Rolü

1276-1294

Araştırma Makalesi / Research Article

Asst. Prof. Dr. İclal DAĞLIOĞLU ŞANLI

The Impact of Tax Policies on the Demand for Electric and Hybrid Vehicles in Türkiye

Türkiye'de Elektrikli ve Hibrit Araç Talebinde Vergi Politikalarının Etkisi

1295-1313

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Selda YORDAM DAĞISTAN

Prof. Dr. Burhan SEVİM

Turist Deneyiminin Memnuniyete Etkisinde Yenilik Arayışı, Algılanan Risk ve Destinasyon İmajının Aracılık Rolü

The Role of Novelty Seeking, Perceived Risk, And Destination Image in the Effect of Tourist Experience on Satisfaction

1314-1339

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Simge YILMAZ

Yapay Zeka Çağında Bilgi ve Güç: Facebook'un Dijital Hegemonyası

Knowledge and Power in the Age of Artificial Intelligence: Facebook's Digital Hegemony

1340-1364

Araştırma Makalesi / Research Article

Arş. Gör. Dr. Ebru TANRIKULU

Müşteri Memnuniyetinin Tüketici Ataletine Etkisinde Sosyal Değerin Aracılık Rolü

The Mediating Role of Social Value in the Effect of Customer Satisfaction on Consumer Inertia

1365-1383

Araştırma Makalesi / Research Article

Arş. Gör. Dr. Eren DEMİRKIRAN

Prof. Dr. Seda MENGÜ

Yeşil Pazarlamaya Yönelik Reklamlarda Tüketicilerin İlgilenim Düzeyi Bağlamında Tutum Değişikliğinin İncelenmesi

Examination of Attitude Change in the Context of Consumer's Involvement Level in Advertising for Green Marketing

1384-1400

Araştırma Makalesi / Research Article

Lecturer Fatma ÜZÜMCÜ

Prof. Dr. Nezihe TÜFEKÇİ

Topic Modelling of Doctoral Theses Written on Lung Cancer in Türkiye Using LDA

Türkiye'de Akciğer Kanseri Üzerine Yazılmış Doktora Tezlerinin LDA ile Konu Modellemesi

1401-1418

Araştırma Makalesi / Research Article

Arş. Gör. Ebrar ULUSINAN ÇUBUKÇU

Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT

Türk Sağlık Finansman Sistemine Yönelik Paydaş Görüşleri ve Önerileri

Stakeholder Opinions and Recommendations on the Türkiye Health Financing System

1419-1440

Araştırma Makalesi / Research Article

Hülya BOYLU

Doç. Dr. Ayberk ŞEKER

Uluslararası Ticarete Fikri ve Sınai Mülkiyet Haklarının Rolü: Küresel Rekabetin Yeni Boyutları

The Role of Intellectual and Industrial Property Rights in International Trade: New Dimensions of Global Competition

1441-1455

Derleme Makalesi / Review Article

Doç. Dr. Emine ŞENER

Bir İdeoloji Olarak Yönetimciliğin Üniversitelere Yansıması: Özgünlük ve Performansın Kesişiminde Bir Eleştiri

Reflection of Managerialism as an Ideology on Universities: A Critique at the Intersection of Originality and Performance

1456-1471

ETİK İLKELER

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi yayın etiği konusunda COPE ([Committee on Publication Ethics](https://publicationethics.org/Committee-on-Publication-Ethics)) tarafından belirlenen yayın etiği ilke, standart ve tavsiyelerini gözetmektedir. Buna göre kabul edilen etik standartlara uygun olmayan tüm makaleler yayından çıkarılır. Yayından sonra tespit edilen olası kuraldışı, uygunsuzluklar içeren makaleler de buna dahildir. Yayın etiği kapsamında tüm paydaşların özetle aşağıdaki etik sorumlulukları taşıması beklenmekte olup, her türlü etik vakası “başarılı bir editöryal ofis için etik araç kiti ((ethics toolkit for a successful editorial office), bilimsel yayıncılıkta şeffaflık ve en iyi uygulama İlkeleri (transparency and best practice in scholarly publishing), tıbbi vaka raporlarının yayınlanmasına yönelik rızanın sağlanması için dergilerin en iyi uygulamaları: COPE’den rehberlik (journals’ best practices for ensuring consent for publishing medical case reports: guidance from COPE), hakem değerlendirmeleri için etik ilkeler (ethical guidelines for peer reviewers)” vb. gibi COPE tarafından oluşturulan rehber ve politikalarda (<https://publicationethics.org/guidance/Guidelines>) belirtilen kurallara göre değerlendirmeye tabi tutulacaktır.

Yazarların Etik Sorumlulukları:

- Yazarlar dergiye gönderdikleri makaleleri başka bir yerde yayınlamamış ya da yayınlanmak üzere göndermemiş olmalıdır.
- Yazarlar makalelerinde kullandıkları tüm alıntılara kaynak göstermiş olmalıdır.
- Yazarlar makalenin kendi çalışmaları olduğunu, hiçbir şekilde intihal yapmadıklarını, intihalden doğan tüm sorumlulukların kendilerine ait olduğunu, bu konuda derginin hiçbir sorumluluğunun olmadığını beyan etmiş olmalıdır.
- Yazarlar makaleye bilimsel katkı verdiklerini garanti etmeli ve tüm yazarların makale üzerinde eşit sorumluluğa sahip olduğu bilinmelidir.
- Sorumlu yazar makalede adı geçen tüm ortak yazarların yayına ve ortak yazar olarak adlandırılmaya razı olduğunu garanti etmelidir. Çalışmaya önemli katkılar sağlayan tüm kişiler ortak yazar olarak adlandırılmalıdır. Bunun dışındaki kişilere teşekkür kısmında yer verilmelidir.
- Yazarlar gönderdikleri çalışmaları destekleyen kuruluşları, finansal kaynakları veya çıkar çatışmasını beyan etmekle yükümlüdür.
- Yazarlar gerekli görülmesi halinde makalede yer alan veri setlerine ulaşım imkanı sağlamalıdır.
- Yazarlar dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleleri Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesine uygun olarak hazırlamış olmalıdır. Yapılan araştırmalar için ve etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerindeki çalışmalar için ayrı ayrı etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir.

Hakemlerin Etik Sorumlulukları:

- Araştırmayı incelemek için yeterli nitelikte olmayan veya makaleyi hızlı bir şekilde değerlendirmesinin imkansız olacağını bilen seçilmiş herhangi bir hakem, editöre bu durumu bildirmeli ve inceleme sürecinden mazurunu istemelidir.
- Hakemler kendilerine ulaşan makaleleri gizli tutmak ve hakemlik sürecinden elde ettikleri bilgileri kişisel menfaatleri için kullanmamakla yükümlüdürler.
- Hakemler raporlarını veya makale hakkındaki bilgileri başkalarıyla paylaşmamalıdır ve editörün izni olmadan yazarlarla doğrudan iletişim kurmamalıdır.
- Hakemler makaledeki potansiyel etik meseleler konusunda özenli olmalı ve bunları editörün dikkatine sunmalıdır. Buna, değerlendirmedeki makale ile hakemin kişisel bilgi sahibi olduğu herhangi başka bir yayınlanmış çalışma arasındaki özlü benzerlik ve örtüşme dâhildir.
- Hakemlik nesnel bir şekilde yapılmalıdır. Yazarlara dair kişisel eleştirilerde bulunulmamalı, değerlendirmeler yapıcı, dürüst ve kibar olmalıdır.
- Hakemler yazarlarından herhangi biriyle rekabetçi, işbirlikçi veya başka türlü bir ilişki veya bağlantıdan kaynaklanabilecek potansiyel bir çıkar çatışmasına sahip olduğu bir makaleyi değerlendirmeyi kabul etmeden önce editöre danışmalıdır.

Editör Kurulunun Etik Sorumlulukları:

- Editör kurulu, bilimsel yayıncılıktaki şeffaflık ilkelerine bağlı kalarak hakemlere, yazarlara, akademisyenlere ve okuyuculara açık ve şeffaf bir iletişim sağlamaya özen göstermelidir.
- Editör kurulu, kör hakem incelemesi ve değerlendirme süreçleri politikalarına bağlı kalarak, yazarların ve hakemlerin kişisel bilgilerinin gizliliğini sağlamalı ve öngörülen süreler içerisinde tarafsız değerlendirmelerin yapılmasını kolaylaştırmalıdır.
- Editör kurulu değerlendirme süreci sırasında yazarlar ve hakemler arasındaki olası çıkar çatışmalarının veya işbirliklerinin varlığını titizlikle değerlendirmelidir.

- Editör kurulu, gönderilen makalelerde insan ve hayvan haklarının korunmasını ön planda tutmalı, makalelerde adı geçen tüm katılımcıların açık ve belgeli onamlarının alınması gerektiğinin altını çizmeli ve katılımcılar için etik kurul onayı ve deneysel araştırma izni bulunmayan makaleleri reddetmelidir.
- Dergide hangi makalelerin yayınlanacağına karar vermek editör kurulunun sorumluluğundadır. Yazarların makalelerini değerlendiren editör kurulu; ırk, cinsiyet, cinsel yönelim, dini inanç, etnik köken, vatandaşlık ya da politik felsefelerinden bağımsız olarak değerlendirme yapmalıdır. Alınacak karar, makalenin doğruluğu, geçerliliği ve önemi ile derginin kapsamının uygunluğuna dayanmalıdır. İftira, telif hakkı ihlali ve intihal ile ilgili mevcut yasal gereklilikler de dikkate alınmalıdır.
- Editör veya herhangi bir editör kurulu üyesi, ilgili yazar, hakemler, potansiyel hakemler, diğer editör danışmanları ve yayıncılardan başka kimseye bir makale hakkında bilgi ifşa etmemelidir.
- Sunulan bir makalede açıklanan yayınlanmamış malzemeler, yazarın açık yazılı izni olmaksızın editörün veya editör kurulunun kendi araştırmalarında kullanılmamalıdır.

Yayıncının Etik Sorumlulukları:

- Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi yayıncısı olan Süleyman Demirel Üniversitesi, kâr amacı gütmeyen bir devlet üniversitesidir ve Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi'ne ilişkin etik sorumluluklarının bilinciyle hareket etmektedir.
- Süleyman Demirel Üniversitesi açısından, dergi editör kurulu gönderilen çalışmaların tüm süreçlerinden sorumludur. Bu çerçevede ekonomik ya da politik kazançlar göz önüne alınmaksızın karar verici statüsündedir.
- Süleyman Demirel Üniversitesi, bağımsız ve şeffaf bir şekilde editör kurulu kararı oluşturulmasını taahhüt etmektedir.
- Süleyman Demirel Üniversitesi, editör kuruluna ilişkin her türlü bilimsel suistimal, atıf çeteciliği ve intihalle ilgili önlemleri alma sorumluluğuna sahiptir.

Okuyucu ile İlişkiler:

- Editörler tüm okuyucu, araştırmacı ve uygulayıcıların ihtiyaç duydukları bilgi, beceri ve deneyim beklentilerini dikkate alarak karar vermemelidir.
- Yayınlanan çalışmaların okuyucu, araştırmacı, uygulayıcı ve bilimsel literatüre katkı sağlamasına ve özgün nitelikte olmasına dikkat etmelidir.
- Editörler okuyucu, araştırmacı ve uygulayıcılardan gelen geri bildirimleri dikkate almak, açıklayıcı ve bilgilendirici geri bildirim vermekle yükümlüdür.

Yazarlar ile İlişkiler:

- Editörler, çalışmaların önemi, özgün değeri, geçerliliği, anlatımın açıklığı ve derginin amaç ve hedeflerine dayanarak olumlu ya da olumsuz karar vermemelidir.
- Yayın kapsamına uygun olan çalışmaları başkaca ciddi problemler olmadığı sürece ön değerlendirme aşamasına almalıdır.
- Editörler, çalışma ile ilgili akademik yazın ve yayın kurallarına aykırılıklar olmadıkça, olumlu yöndeki hakem önerilerini göz ardı etmemelidir.
- Yeni editörler, çalışmalara yönelik olarak önceki editör(ler) tarafından verilen kararları geçerli bir sorun olmadıkça değiştirmemelidir.
- “Kör Hakemlik ve Değerlendirme Süreci” mutlaka yayınlanmalı ve editörler tanımlanan süreçlerde yaşanabilecek sapmaların önüne geçmelidir.
- Editörler yazarlar tarafından kendilerinden beklenecek her konuyu ayrıntılı olarak içeren bir “Yazar Rehberi” yayınlamalıdır. Bu rehberler belirli zaman aralıklarında güncellenmelidir.
- Yazarlara açıklayıcı ve bilgilendirici şekilde bildirim ve dönüş sağlanmalıdır.

Hakemler ile İlişkiler:

- Hakemleri çalışmanın konusuna uygun olarak belirlemelidir.
- Hakemlerin değerlendirme aşamasında ihtiyaç duyacakları bilgi ve rehberleri sağlamakla yükümlüdür.
- Yazarlar ve hakemler arasında çıkar çatışması olup olmadığını gözetmek durumundadır.
- Kör hakemlik bağlamında hakemlerin kimlik bilgilerini gizli tutmalıdır.
- Hakemleri tarafsız, bilimsel ve nesnel bir dille çalışmayı değerlendirmeleri için teşvik etmelidir.
- Hakemleri zamanında dönüş ve performans gibi ölçütlerle değerlendirmelidir.
- Hakemlerin performansını artırıcı uygulama ve politikalar belirlemelidir.

- Hakem havuzunun dinamik şekilde güncellenmesi konusunda gerekli adımları atmalıdır.
- Nezaketsiz ve bilimsel olmayan değerlendirmeleri engellemelidir.
- Hakem havuzunun geniş bir yelpazeden oluşması için adımlar atmalıdır.

Yayın Kurulu ile İlişkiler:

- Editörler, tüm yayın kurulu üyelerinin süreçleri yayın politikaları ve yönergelere uygun ilerletmesini sağlamalıdır.
- Yayın kurulu üyelerini yayın politikaları hakkında bilgilendirmeli ve gelişmelerden haberdar etmelidir.
- Yeni yayın kurulu üyelerini yayın politikaları konusunda eğitmeli, ihtiyaç duydukları bilgileri sağlamalıdır.
- Yayın kurulu üyelerinin çalışmaları tarafsız ve bağımsız olarak değerlendirmelerini sağlamalıdır.
- Yeni yayın kurulu üyelerini, katkı sağlayabilir ve uygun nitelikte belirlemelidir.
- Yayın kurulu üyelerinin uzmanlık alanına uygun çalışmaları değerlendirme için göndermelidir.
- Yayın kurulu ile düzenli olarak etkileşim içerisinde olmalıdır.
- Yayın kurulu ile belirli aralıklarla yayın politikalarının ve derginin gelişimi için toplantılar düzenlemelidir.

Dergi Sahibi ve Yayımcı ile İlişkiler:

- Editörler ve yayımcı arasındaki ilişki editöryal bağımsızlık ilkesine dayanmaktadır.

Etik Dışı Durum Bildirimleri:

- Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi'nde yukarıda bahsedilen etik sorumluluklar ve dışında etik olmayan bir davranış veya içerikle karşılaşırsanız vizyoner@sdu.edu.tr adresine e-posta yoluyla bildiriniz.

YAYIN POLİTİKASI

Kapsam:

- Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi Şubat, Mayıs, Ağustos ve Kasım aylarında olmak üzere yılda dört kez yayımlanan hakemli bir e-dergidir.
- Dergiye iktisadi ve idari bilimler ile ilgili tüm konularda hazırlanmış araştırma makaleleri ve derleme makaleler gönderilebilir. Dergide yayımlanan derleme makale sayısı toplam makale sayısının %25'ini geçemez. Makale türü yazarların önerilerine göre değil, yapılan inceleme sonunda editör kurulu tarafından belirlenmektedir.
- Kongre veya sempozyumlarda sunulan ve tam metni bildiriler kitabında yayımlanan bildiriler dergimize gönderilemez. Sadece tam metni yayımlanmayan bildiriler, bu durumu belirtmek şartıyla gönderilebilir.
- Dergiye makale gönderen bir yazarın üst üste iki sayıda ve aynı yıl içerisinde birden fazla sayıda makalesi yayımlanamaz. Dolayısıyla dergide yayımlanması için birden fazla makale gönderen yazarlar bu kuralı kabul etmiş sayılmaktadır.
- Dergide yayımlanan makalelerin en fazla %25'i aynı kurumdan olabilir. Aynı kurumdan olan kabul edilmiş makale sayısı bu oranı aştığı takdirde makaleler geliş tarihi, türü, konusu ve yayın dili gibi hususlar dikkate alınarak yayın sürecine alınmaktadır.
- Etik ilkeler ve yayın politikasına uygun olmayan makalelerin başvuruları kabul edilmeyecektir. Eksiklikleri sonradan tespit edilen makalelerin ise hangi aşamada olduğuna bakılmaksızın değerlendirme süreci sonlandırılacak ve makale reddedilecektir.
- Dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler derginin görüşleri değildir ve tüm sorumluluk yazarlarına aittir.

Ücret Politikası:

- Dergiye gönderilen makalelerden değerlendirme ücreti ve başvuru ücreti alınmamaktadır.

İntihal Politikası:

- Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler iThenticate veya Turnitin intihal programlarından geçirilmektedir.
- Makalenin değerlendirme sürecine geçebilmesi için benzerlik indeksi oranının %20'den az olması gerekmektedir. Tek bir kaynaktan benzerlik oranı ise en fazla %5 olabilir.
- Makaleye ilişkin intihal değerlendirmesi dergi tarafından yapılacak olup, yazarların herhangi bir intihal raporu göndermesine gerek bulunmamaktadır.
- Benzerlik indeksi oranı %35'in üzerinde çıkan makaleler doğrudan reddedilmektedir. Benzerlik indeksi oranı %20-%35 arasında olan makalelerde ise sorumlu yazardan gerekli şartı sağlaması için düzenleme yapması istenmektedir.
- Çalışmalarını gönderen yazarlar; makalede hiçbir şekilde intihal yapmadığını, intihalden doğan tüm sorumlulukların kendilerine ait olduğunu, bu konuda derginin hiçbir sorumluluğunun olmadığını beyan etmiş olmalıdır.

Özel Sayı Yayımlama Politikası:

- Dergi, normal aralıklarla çıkarılan düzenli sayılarına ek olarak belli bir temayı kapsayan makalelerden veya kongre/sempozyum vb. etkinlik bildirilerinden oluşan özel sayı çıkarabilir.
- Özel sayılar normal periyodun 1/3'ünden fazla olamaz. Kongre bildiri özetlerini içeren özel sayılar bu kapsama dâhil edilmazler.
- Özel sayıda konuk editör olabilir.
- Derginin etik ilkeler ve yayın politikası ile yazım kuralları özel sayılar için de geçerlidir. Fakat özel sayılarda; derleme makalelerdeki %25 kısıtı, bir yazarın üst üste iki sayıda ve aynı yıl içerisinde birden fazla sayıda makalesi yayımlanamaz kısıtı ve yayımlanan makalelerin en fazla %25'i aynı kurumdan olabilir kısıtı aranmaz.

Başvuru Süreci:

- Makaleler Türkçe veya İngilizce dillerinde yazılmış olmalıdır.
- Makaleler web sayfamızdan elde edilebilecek dergi makale şablonu kullanılarak hazırlanmalıdır.
- Makaleler yazım kurallarımıza uygun bir şekilde hazırlanarak DergiPark sistemi üzerinden gönderilmelidir.
- Makaleler ile birlikte tüm yazarlar tarafından imzalanarak hazırlanmış Makale Başvuru Formunun da sisteme yüklenmesi gerekmektedir. Yazarlar; unvanlarını, görev yaptıkları kurumları, iletişim bilgilerini ve Orcid ID bilgilerini sisteme eksiksiz bir şekilde eklemelidir.
- DergiPark sistemi üzerinden makale gönderemeyen yazarlar vizyoner@sdu.edu.tr adresine mail atarak teknik destek alabilirler.

Etik Beyanlar:

- Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmış olmalıdır.
- Yayın etiği konusunda yazarların COPE (Committee on Publication Ethics) tarafından belirlenen yayın etiği ilke, standart ve tavsiyelerini dikkate alması gerekmektedir.
- Dergiye gönderilen makalelerin bir bölümünün veya tamamının Yapay Zeka (AI) araçlarıyla yazılması kesinlikle yasaktır. Yapay zeka araçları şekil veya grafik oluşturmak, yazım ve dilbilgisini geliştirmek ve makalenin genel okunabilirliğini artırmak gibi amaçlarla kullanılabilir. Bu gibi durumlarda yazarların yapay zeka araçlarının çalışmalarında uygulanmasına ilişkin açık ve kapsamlı bir açıklama yapmaları gerekmektedir. Dergi yapay zekanın bilimsel çalışmalarda kullanımına ilişkin olarak COPE'nin bu yöndeki beyanına katılmaktadır: “Araştırma yayınlarında ChatGPT veya Geniş Dil Modelleri gibi yapay zeka (AI) araçlarının kullanımı hızla artmaktadır. COPE’un, diğerlerinin yanında WAME ve JAMA Network gibi yan kuruluşları, yapay zeka araçlarının bir makalenin yazarı olarak listelenemeyeceğini belirtmektedir. Yapay zeka araçları, sunulan çalışmanın sorumluluğunu üstlenemedikleri için yazarlık gereksinimlerini karşılayamazlar. Yasal varlıklar olmadıkları için, çıkar çatışması olup olmadığını iddia edemezler ve telif hakkı ve lisans anlaşmalarını yönetemezler. Bir makalenin yazılmasında, görsel öğelerin üretilmesinde veya verilerin toplanması ve analizinde yapay zeka araçlarını kullanan yazarlar, makalenin Materyal ve Metotlar (veya benzeri bölümünde) yapay zeka aracının nasıl kullanıldığını ve hangi aracın kullanıldığını açık bir şekilde belirtmek zorundadır. Yazarlar, yapay zeka aracı tarafından üretilen bölümler de dahil olmak üzere, makalelerinin içeriğinden tamamen sorumludur ve bu nedenle tüm yayın etiği ihlallerinden sorumludur.”
- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney ve görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmadan çalışmanın ne zaman yapıldığına bakılmaksızın etik kurul izin belgesi istenmektedir.
- Yapılan araştırmalar için ve etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerindeki çalışmalar için ayrı ayrı etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir. Etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgiler (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca makale ilk/son sayfasında yer verilmelidir. Dolayısıyla etik kurul izin belgesi gerektirdiği halde bu belgeyi göndermeyen makaleler değerlendirmeye alınmayacak ve reddedilecektir.
- Dergiye gönderilen makalelerde araştırmacıların katkı oranı beyanına, varsa destek ve teşekkür beyanına ve çatışma beyanına yer verilmelidir.

Değerlendirme Süreci:

- Dergiye gönderilen bir makale ön kontrol, değerlendirme ve yayın süreci şeklinde üç aşamadan geçmektedir.
- Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler ilk olarak ön kontrol aşamasından geçirilmektedir. Bu aşama, makale gönderildiği tarihten itibaren en geç 30 gün içerisinde tamamlanmaktadır. Bu aşamada makalenin etik ilkeler ve yayın politikası ile yazım kurallarına uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadığı kontrol edilmektedir. Yapılan değerlendirme çerçevesinde makalenin hakem değerlendirme sürecine geçebileceği, hakem değerlendirme sürecine geçebilmesi için belirtilen eksikliklerin giderilmesi gerektiği veya hakem değerlendirme sürecine alınması ve yayınlanmasının uygun olmadığı kararı verilebilmektedir. Makaleye ilişkin hakem değerlendirme sürecine geçebilmesi için belirtilen eksikliklerin giderilmesi gerektiği kararı verilirse yazarlar tarafından en geç 30 gün içerisinde bu eksikliklerin tamamlanması gerekmektedir. Aksi durumda makalenin değerlendirme süreci sonlandırılacak ve makale reddedilecektir.
- Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler ön kontrol aşamasında iThenticate veya Turnitin intihal programları aracılığıyla intihal kontrolünden geçirilmektedir. Makalenin değerlendirme sürecine geçebilmesi için benzerlik indeksi oranının %20’den az olması gerekmektedir.
- Ön kontrol aşamasından sonra makaleler değerlendirme aşamasına geçmektedir. Değerlendirme aşamasının başında makaleler editör kurulu veya alan editörü tarafından kalitesi, özgünlüğü ve bilime katkısı açısından incelenmekte ve en geç 10 gün içerisinde makalenin hakem değerlendirme sürecinin başlamasına veya hakem değerlendirme sürecine alınmadan reddedilmesine karar verilmektedir.
- Makalenin hakem değerlendirme süreci başlayabilir kararından sonra ise makale içerik ve biçim açısından incelenmek üzere en az iki hakeme (çift kör hakeme) gönderilmektedir. Makaleyi değerlendiren hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmemektedir. Makale, hakemlerine gönderildikten sonra makaleleri değerlendirip değerlendiremeyeceği kararını en geç 10 gün içerisinde vermeleri, değerlendirmeyi kabul ettikleri takdirde 30 günlük süre içerisinde değerlendirme raporlarını göndermeleri istenmektedir. Verilen sürede geri dönüş yapmayan hakemlere uyarıda bulunularak en fazla iki defa olmak üzere 10’ar günlük ek süre verilmektedir. Hakemin verilen ek sürelerde de geri dönüş yapmaması durumunda makaleye yeni bir hakem atanmaktadır. Hakemler ilk tur değerlendirmesini tamamladıktan sonra ikinci ve üçüncü tur değerlendirmelere ihtiyaç duyarsa yukarıda belirtilen süreler tekrar baştan işlemektedir.

- Hakemlerden gelen değerlendirme raporları doğrultusunda makalenin yayınlanmasına, yazardan düzeltme istenmesine ya da makalenin reddedilmesine karar verilecektir. Yazardan düzeltme istenmesi durumunda, düzeltmenin en geç 1 ay içerisinde yapılarak dergimize ulaştırılması gerekmektedir. Bu süreçte makalenin düzeltilmiş versiyonu dışında yapılan düzeltmeleri gösteren özet bir düzeltme raporunun da gönderilmesi zorunludur. Aksi durumda makalenin değerlendirme süreci sonlandırılacak ve makale reddedilecektir.
- Hakem raporlarından biri olumlu, diğeri olumsuz olduğu takdirde, editör kurulu makaleyi üçüncü bir hakeme gönderebilir veya hakem raporları çerçevesinde makalenin reddedilmesine karar verebilir. Dolayısıyla dergiye gönderilen bir makalenin yayımlanabilmesi için en az iki ayrı hakemden olumlu görüş alması gerekmektedir.
- Değerlendirme aşamasından başarıyla geçen makaleler kabul edilerek yayın süreci aşamasına geçmektedir. Yayın süreci aşamasında makaleler; geliş tarihi, makale türü, makale konusu ve yayın dili dikkate alınarak editör kurulu kararına göre yayın sürecine alınmaktadır. Bu aşamada her ne sebeple olursa olsun makalelerin yayım sürecini öne çekmeye ilişkin yazarların istekleri dikkate alınmamaktadır. Bu anlamda Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi belli bir sayıda yayımlanmak için makale kabul etmemekte, yazarlar istedikleri zaman dergiye makale gönderebilmektedir.
- Yayın süreci aşamasında, makalenin yayınlanma sırası geldiğinde dizgi ve mizanpaj işlemleri başlamaktadır. Dizgi ve mizanpaj işlemleri bittikten sonra makale kontrol amaçlı son bir kez yazarlarına gönderilmektedir. Yazardan gelecek geri dönüşten sonra makaleler mizanpaj editörümüzün son kontrolünden geçecek ve makaleye DOI numarası verilerek yayın süreci başlayacaktır. Yazarlar kontrollere ilişkin belirtilen süre içinde geri dönüş yapmadıkları takdirde editör kurulu kararıyla makale bir sonraki sayıya kaydırılacak veya mevcut haliyle yayımlanacaktır.

Düzeltilme ve Geri Çekme Politikası:

- Yazarlar, yayın öncesi makalelerini değerlendirme süreçleri tamamlanıp yayın sürecine alınincaya kadar her aşamada geri çekebilir.
- Yayın sonrası çeşitli nedenlerle yazarlar veya editör kurulu bir makale için geri çekme veya düzeltme talebinde bulunulabilir. Bu talepler [COPE yönergeleri](#) doğrultusunda işleme alınır.
- Yazarlar veya editör kurulu yayınlanan makalede, bulguları, yorumları ve sonuçları etkilemeyen küçük hatalar tespit ederse düzeltme yayınlanmasını talep edebilir. Bulguları ve sonuçları geçersiz kılan büyük hatalar ve ihlaller söz konusu olduğunda, makaleyi geri çekmek değerlendirilebilir.
- Yazarlar tarafından araştırma veya yayını kötüye kullanmaya yönelik olasılık söz konusu ise; bulguların güvenilir olmadığına ve yazarların kurumlarının olayı soruşturmadığına dair kanıtlar var veya olası soruşturma haksız veya sonuçsuz görünüyor ise editör kurulu endişe ifadesi yayımlayabilir.

Açık Erişim ve Telif Hakkı Politikası:

- Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi bilimsel araştırmaları halka ücretsiz sunmanın bilginin küresel paylaşımını artıracığı ilkesini benimseyerek, içeriğine anında açık erişim sağlamaktadır.
- Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Açık Erişim politikasını benimsemiş bir dergi olup, [Budapeşte Açık Erişim Girişimi \(BOAI\) deklarasyonunu](#) kabul eder.
- Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Budapeşte Açık Erişim Girişimi (BOAI) tanımına uygun olarak hakem değerlendirmesinden geçmiş bilimsel çalışmaların, internet aracılığıyla; finansal, yasal ve teknik engeller olmaksızın, serbestçe erişilebilir, okunabilir, indirilebilir, kopyalanabilir, dağıtılabilir, basılabilir, taranabilir, tam metinlere bağlantı verilebilir, dizinlenebilir, yazılıma veri olarak aktarılabilir ve her türlü yasal amaç için kullanılabilir olmasını kabul etmektedir. Yazarlar ve telif hakkı sahipleri bütün kullanıcıların ücretsiz olarak erişim olanağına sahip olduğunu kabul ederler. Makaleleri kabul edilen yazarlar telif hakkının korunması ve Creative Commons Attribution License altında bulunan derginin haklarının korunması için çalışmalarında yer alan bilgilerin referans gösterilerek paylaşılmasını kabul etmiş sayılırlar.
- Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi'nin yayımlayacağı bütün makaleler [Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı \(CC BY\)](#) ile lisanslanmıştır. Bu lisans kapsamında dergide yayımlanan makalelerin telif hakları yazarlarına aittir. Bu lisans, yazarlara ve kullanıcılara makaleye atıf yaptığı sürece kopyalayabilme, dağıtabilme, paylaşabilme, sergileyebilme, ticari amaçlarda dahil olmak üzere her türlü amaç için kullanılabilme hakkını vermektedir.
- Dergide yayımlanan makalelerin yazarlarına nakit olarak telif ücreti ödenmemektedir.

YAZIM KURALLARI

1. Makaleler dergi makale şablonu kullanılarak “MS Office Word 2010” veya üzeri bir versiyonda, A4 boyutlarında hazırlanmalıdır. Uzunluğu en az 6000 kelimedenden oluşmalı ve dergi formatında 30 sayfayı geçmemelidir. Sayfa düzeni; Üst: 5 cm, Alt: 2,5 cm, Sol: 2,5 cm ve Sağ: 2,5 cm olmalıdır.
 2. Dergi makale şablonunda belirtilen kısımlara yazar bilgileri, makale ek bilgileri ve yazar beyanları dergi kurallarına uygun olarak eklenmelidir.
 3. Başlık sayfası ve genişletilmiş özet sayfası hariç olmak üzere makale, 10 punto ve “Times New Roman” karakteri ile tek satır aralığı kullanılarak yazılmalıdır. Yazımda, virgül ve noktalardan sonra bir karakter ara verilmelidir. Paragraflarda başlangıç girintisi kullanılmamalı, paragraftan önce ve sonra ise 6nk boşluk bırakılmalıdır. Paragraflar arasında ilave boş satır bırakılmamalıdır.
 4. Makalenin başlık sayfasında; tek satır aralığında ve paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk kullanılarak 11 punto olarak Türkçe ve İngilizce başlık, 9 punto olarak en az 120 en fazla 200 kelimedenden oluşan tek paragraf halinde Türkçe ve İngilizce öz, en az 3 en fazla 5 tane olmak üzere Türkçe ve İngilizce anahtar kelimeler ve en fazla 5 tane olmak üzere JEL (Journal of Economic Literature) sınıflandırma kodları verilmelidir. Dili İngilizce olan makalelerde başlık, öz, anahtar kelimeler ve JEL sınıflandırma kodları, önce İngilizce sonra Türkçe olarak verilmelidir.
 5. Makalede, dergi sayfa formatına göre toplamda 1 sayfayı geçmeyecek şekilde minimum 700, maksimum 1200 kelimedenden oluşan genişletilmiş özet bulunmalıdır. Genişletilmiş özet, Türkçe makaleler için İngilizce, İngilizce makaleler için Türkçe hazırlanmalıdır. Genişletilmiş özet; amaç ve kapsam (purpose and scope), yöntem (design/methodology/approach), bulgular (findings) ve sonuç ve tartışma (conclusion and discussion) şeklinde dört alt başlıktan oluşmalıdır. Her alt başlık tek paragraf halinde, 9 punto, tek satır aralığı, paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk kullanılarak ve başlıklar arasında ilave boş satır bırakılmadan yazılmalıdır.
 6. Makalede ana başlıklar ve alt başlıklar kalın (bold) ve sola yaslı (girintisiz) olarak **1., 1.1., 1.1.1., 1.1.2., 1.1.2.1.** gibi ondalıklı şekilde numaralandırılmalıdır. Numaralandırmaya “Giriş” başlığından başlanmalı ve “Sonuç” başlığına kadar devam etmelidir. Giriş ve sonuç başlıklarına alt başlık açılmamalıdır. Ana başlıkların bütün harfleri büyük yazılmalı, alt başlıkların ise sadece baş harfleri büyük yazılmalıdır. Ana başlıkların ve alt başlıkların hem öncesinde hem de sonrasında herhangi bir satır boşluğu bırakılmamalıdır. Sadece ana başlıklarda paragraftan önce 12nk paragraftan sonra 6nk boşluk bırakılmalıdır.
 7. Makale içindeki tüm tablo ve şekiller metnin uygun yerlerinde sayfaya ortalı olarak gösterilmelidir. Her tablo ve şekle kalın yazı tipinde bir sıra numarası (**Tablo 1., Şekil 2.** vb. gibi) ve normal yazı tipinde bir başlık verilmelidir. Başlık; tablo ve şeklin üstünde, sayfaya ortalı, yalnızca kelimelerin baş harfleri büyük olacak şekilde, 10 punto olarak, paragraftan önce ve sonra ise 6nk boşluk bırakılarak hazırlanmalıdır. Tablo ve şekil içindeki metin Times New Roman karakteri ile 8-9 punto aralığında ve tek satır olmalıdır. Grafik, çizelge, harita, çizim ve fotoğraf gibi tüm görseller şekil olarak nitelendirilmelidir. Tablolarda sadece yatay çizgiler olmalı, dikey çizgiler kullanılmamalıdır. Tüm tablo ve şekiller yukarıda verilen sayfa düzenine uygun ve kolaylıkla okunacak biçimde olmalıdır. Tablo ve şekillerde açıklama ve kaynaklar tablo ve şeklin altında 8 punto olarak, paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk bırakılarak verilmelidir. Tablo ve şekilden önce ve sonra satır boşluğu bırakılmamalıdır.
 8. Makalede ondalık ayırıcı olarak Türkçe çalışmalarda virgül, İngilizce çalışmalarda nokta kullanılmalıdır. Binlik ayırıcı olarak ise Türkçe çalışmalarda nokta, İngilizce çalışmalarda virgül kullanılmalıdır. Makale metni içerisinde 0-9 arasındaki sayılar yazıyla ifade edilmeli, 10 ve üstündeki sayılar ise rakamla yazılmalıdır.
 9. Makalede denklem, model ve formüller sola yaslı yazılmalı, her biri sıralı bir şekilde numaralandırılmalı ve numaralar parantez içerisinde sağa yaslı yazılmalıdır. Denklem, model ve formüller öncesi ve sonrasında satır boşluğu bırakılmamalıdır.
 10. Makalede madde işaretli metinler sola yaslı olarak paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk bırakılarak verilmelidir.
 11. Makalede bir kaynaktan doğrudan alınan kelime sayısı 40 kelimenin altında ise alıntı yapılacak ifadeler tırnak içerisine alınarak ve kaynak gösterilerek metin içerisinde kullanılmalıdır. Alıntı 40 kelimeyi aştığında ise alıntılar normal metinde değil; yeni bir satırda, sol ve sağdan içe 1,25 cm girintili şekilde, paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk bırakılarak ve kaynak gösterilerek yapılmalıdır.
 12. Makalede “ek” yapılacaksa eklere, ek başlığı (**Ek 1., Ek 2.**, vb. gibi) verilmek suretiyle kaynakçadan sonra yer verilmelidir.
 13. Dergiye gönderilen makaleler; referans sistemi, dipnot gösterme biçimi ve kaynakça düzenlenmesinde American Psychological Association (**APA 7**) stiline hazırlanmalıdır. Bu bağlamda atıflar metin içerisinde bağlaç yöntemi kullanılarak yapılmalıdır. Açıklama notları ise sayfa altında dipnot şeklinde, iki yana yaslı, 8 punto ve Times New Roman karakteri ile tek satır aralığı kullanılarak ve paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk bırakılarak yazılmalıdır.
 14. Metin içerisinde atıflar yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı ve sayfa numarası şeklinde yapılmalıdır. 2 yazarlı çalışmalarda yazar isimleri arasında dergiye gönderilen makalenin dili Türkçe ise “ve”, İngilizce ise “&” kullanılmalıdır. 3 ve daha fazla yazarlı çalışmalarda atıf yapılırken önce ilk yazarın soyadı yazılmalı, ardından Türkçe makalelerde “vd.” ifadesi, İngilizce makalelerde “et al.” ifadesi kullanılmalıdır.
- Tek yazarlı yayımlarda atıf: (Dulupçu, 2001, s. 28).

- **2 yazarlı yayınlarda atıf:** (Acar ve Tetik, 2018, s. 60).
 - **3 ve daha fazla yazarlı yayınlarda atıf:** (Çarıkçı vd., 2009, s. 55).
 - **Birden fazla kaynağa atıf:** (Schumpeter, 1934, s. 66; Wood, 2005, s. 36; Acar ve Tetik, 2018, s. 60).
 - **Kaynağın tamamı için atıf:** (Drucker, 1995).
 - **İkincil kaynağa atıf:** (Freud, 1901, aktaran Bonomi, 1998).
15. Yazar adı olarak kısaltması olan bir grup kullanılıyorsa ilk atıfta kısaltma yapılmazken, daha sonraki atıflarda kısaltılarak kullanılır. Kısaltması olmayan gruplarda ise ilk ve sonraki atıflarda farklılık yoktur.
- **Yazar adı kısaltması olan bir grupta kaynağa ilk atıf:** (Süleyman Demirel Üniversitesi [SDÜ], 2022).
 - **Yazar adı kısaltması olan bir grupta kaynağa sonraki atıf:** (SDÜ, 2022).
16. Yapılacak atıf bir internet sitesinden alınmışsa ve atfın yazarı belirli ise sürekli yayınlardakine benzer şekilde atıf yapılmalıdır. İnternette indirilen kaynak için tarih verilmemişse ilgili dosyaya erişim tarihi kaynağın yılı olarak kullanılmalıdır. Eğer atfın yazarı belli değilse parantez içerisinde internet sitesinin kurumu ve erişim yılı yazılmalıdır.
- **Yazar adı ve yayın yılı belli olan atıf:** (Bebbington ve Song, 2004).
 - **Yazar adı ve yayın yılı belli olmayan atıf:** (Rekabet Kurumu, 2008).
17. Bir yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla eserine atıf yapılıyorsa, eserler yılın yanına a, b, c, şeklinde harf verilerek gösterilmelidir.
- (Kirzner, 1973a, s. 30).
 - (Kirzner, 1973b, s. 45).
18. Yazar adının cümle içerisinde geçtiği anlatısal alıntılarda, çalışma 2 yazarlı ise dergiye gönderilen makalenin dili Türkçe ise “ve”, İngilizce ise “and” kullanılmalıdır. 3 ve daha fazla yazarlı çalışmalarda ise önce ilk yazarın soyadı yazılmalı, ardından Türkçe makalelerde “vd.” ifadesi, İngilizce makalelerde “et al.” ifadesi kullanılmalıdır.
- Moran’a (1994, s. 36) göre, ...
 - Acar ve Tetik (2018)
 - Çarıkçı vd. (2009)
19. Makalede kullanılan her türlü kaynak kaynakça bölümünde yer almalıdır. Kullanılan kaynaklar nitelik (tez, kitap, makale, rapor vb.) ayrımı yapılmaksızın yazar soyadına göre alfabetik olarak sıraya konulmalıdır. Aynı yazarın eserleri “en eski tarihli” olandan başlanarak kaynakçaya yerleştirilmelidir. Kaynaklar ilk satır sola yaslı, sonraki satırlar 1,25 cm sol içeriden başlatılmalıdır. Bunun için paragraf seçeneğindeki “ilk satır” kısmı “asılı” olarak değiştirilmeli ve değer olarak 1,25 girilmelidir. Kaynakça Times New Roman karakteri ile 10 punto, tek satır aralığı kullanılarak ve paragraftan önce ve sonra 0n boşluk bırakılarak hazırlanmalıdır. Kaynakçada her kaynak arasında 1 satır boşluk bırakılmalıdır. Kaynakçada dergi adı hariç tüm yayınlarda (makale adı, kitap adı, bölüm adı, tez adı, vb) başlığın ilk harfi büyük, diğerleri ise özel isim veya kısaltma değilse küçük harfle yazılmalıdır. Dergi adında ise her kelimenin ilk harfi büyük olarak yazılmalıdır. 2 ve daha çok yazarlı çalışmalarda son yazardan önce dergiye gönderilen makalenin dili Türkçe ise “ve” ifadesi kullanılmalı, İngilizce ise “virgül” ve “&” işareti kullanılmalıdır. Kaynakça aşağıda belirtilen örneklerle uygun olarak hazırlanmalıdır.

Kitaplar:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). *Kitabın adı* (Baskı Sayısı). Yayınevi.

Koçel, T. (2020). *İşletme Yöneticiliği* (18. Baskı). Beta Basım Yayım.

Acar, D. ve Tetik, N. (2018). *Genel muhasebe* (16. Baskı). Detay Yayıncılık.

Korkmaz, A., Dulupçu, M. A., Gövdere, B. ve Songur, H. (2013). *İnsani ücret*. İGİAD Yayınları.

Çeviri Kitaplar:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). *Kitabın adı* (Baskı Sayısı). (Çevirmenin adının baş harfi. Çevirmenin soyadı, Çev.), Yayınevi, (Orijinal eserin yayın tarihi).

Piketty, T. (2015). *Yirmi birinci yüzyılda kapital* (2. Baskı). (H. Koçak, Çev.), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları (Orijinal eserin basım tarihi 2013).

Editörlü Kitaplar:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). Bölümün adı. Editörün adının baş harfi. Editörün soyadı (Ed.), *Kitabın adı* içinde (Baskı sayısı, Bölümün sayfa aralığı). Yayınevi.

Eke, E. (2019). Türkiye’de dijital bağımlılığa yönelik politikalar üzerine bir betimleme. H. H. Aygül ve E. Eke (Ed.), *Dijital çocukluk ve dijital ebeveynler: Dijital nesillerin teknoloji bağımlılığı* içinde (s. 207-252). Nobel Akademik Yayıncılık.

Makaleler:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). Makalenin adı. *Derginin adı*, Cilt(Sayı), Sayfa aralığı. <http://doi.org/xx.xxxxxxxx>

Özkul, G. (2007). Kapitalist sistemin sürükleyici aktörleri: Ekonomik teoride girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 343-366.

Oruç, K. O. ve Çolak, M. (2019). Bulanık analitik hiyerarşi prosesi yöntemi ile yem seçimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(25), 495-510. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.611033>

Beyaz, R., Güngör, A. Y. ve Kılıçarslan, Ş. (2021). The effects of banks' internal marketing and market orientation approaches on performance. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(31), 812-825. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.833838>

Tezler:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). *Tez başlığı* [Yüksek Lisans Tezi / Doktora Tezi]. Üniversitenin / Kurumun Adı.

Sezgin, A. (2014). *Turizm sektöründe konaklama tesisi fiyatlandırmasının mekânsal ve niteliksel belirleyicileri: Antalya Körfezi örneği* [Doktora Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.

Sempozyum/Konferanslar:

Yazarın Soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). Bildirinin adı. *Sempozyum/Konferans Adı* (Sayfa Aralığı). Sempozyum / Konferansın gerçekleştiği şehir, Ülke.

Karaatlı, M., Demirci, N., Aksoy, E. ve Ömürbek, N. (2014). Borsa performanslarının çok kriterli karar verme yöntemleri ile karşılaştırılması. *15. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu* (s. 673-689). Isparta, Türkiye.

Araştırma Raporları:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). *Çalışmanın başlığı* (Rapor No. xxx). Yayıncı. İnternet Adresi

Eliasson, G., Fölster, S., Lindberg, T., Pousette, T. ve Taymaz, E. (1990). *The knowledge based information economy* (IUI Working Paper No. 256). Research Institute of Industrial Economics. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/95060/1/wp256.pdf>

Medya Kaynakları (Film/Video vb.):

Yapımcının/Konuşmacının Soyadı, Adının baş harfi. (Yıl). *Filmin/konuşmanın adı* [Film / Video / Sesli]. Prodüksiyon şirketi. Varsa İnternet Adresi

Anadol, R. (2020, Temmuz). *Makine zekası çağında sanat* [Video]. TED Konferansları. https://www.ted.com/talks/refik_anadol_art_in_the_age_of_machine_intelligence?language=tr#t-931

Forman. M. (Yönetmen). (1975). *One flew over the cuckoo's nest* [Film]. United Artists.

Kanun/Yönetmelik/Uluslararası Sözleşme/Mahkeme Kararları:

Kanun/Yönetmelik/Uluslararası Sözleşme/Mahkeme adı. (Yayınlanma tarihi). İnternet Adresi

Çocuk Hakları Sözleşmesi. (1995, 27 Ocak). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22184.pdf>

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği. (2016, 20 Nisan). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160420-16.htm>

İnternet Kaynakları:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yayınlanma tarihi / Erişim tarihi). *Başlık*. URL adresinden tarihinde alınmıştır.

Bebbington, J. ve Song, E. (2004). *The adoption of IFRS in the EU and New Zealand*. <http://www.europe.canterbury.ac.nz/> adresinden 14 Temmuz 2008 tarihinde alınmıştır.

Rekabet Kurumu. (2010). *Rekabet hukukunun esasları*. <http://www.rekabet.gov.tr/index.php?Sayfa=sayfaicerik&icId=53> adresinden 17 Mart 2010 tarihinde alınmıştır.

Süleyman Demirel Üniversitesi. (2020). *Misyon & vizyon*. <https://w3.sdu.edu.tr/sayfa/5528/misyon-vizyon> adresinden 10 Ocak 2020 tarihinde alınmıştır.

Gökçe, D. (2019, 19 Temmuz). *Çin'de 1992'den bu yana en düşük büyüme*. Akşam. <https://www.aksam.com.tr/yazarlar/deniz-gokce/cinde-1992den-bu-c2yana-en-dusuk-buyume/haber-990522> adresinden 15 Ocak 2020 tarihinde alınmıştır.

20. Yazım konusunda belirtilmeyen durumlarda bilimsel yazımlarda benimsenen hususlar dikkate alınmalıdır.

ETHICAL PRINCIPLES

In terms of publication ethics Süleyman Demirel University Visionary Journal pursues the principles, standards and recommendations of the publication ethics determined by [COPE \(Committee on Publication Ethics\)](https://publicationethics.org/guidance/Guidelines). Accordingly, all the articles that do not comply with the accepted standards of ethics are rejected. The rule also applies for those articles that contains discrepancies which are detected after the publication. In the scope of publication ethics, in summary all stakeholders are expected to bear the following ethical responsibilities, and any ethical case would be evaluated according to all guidelines and policies created by COPE (<https://publicationethics.org/guidance/Guidelines>), such as 'ethics toolkit for a successful editorial office,' 'principles of transparency and best practice in scholarly publishing,' 'journals' best practices for ensuring consent for publishing medical case reports: guidance from COPE,' 'ethical guidelines for peer reviewers,' etc.

Ethical Responsibilities of Authors:

- Authors should send those articles which have not been published elsewhere or which have not been sent anywhere.
- Authors should give references to all the citations in their articles.
- Authors are accepted to declare that the article belongs to themselves, they do not plagiarise, all the responsibilities due to plagiarism belong to themselves and the journal does not have any responsibility in such cases.
- Authors should guarantee that they give scientific contribution to the article and it should be accepted that all the authors of the article have equal responsibility.
- Corresponding author should guarantee that all the co-authors mentioned in the article have an agreement on the publication of the article and on being named as co-authors. All the writers who give crucial contributions to the article should be named as co-authors. Others should be given place in the acknowledgement.
- Authors are responsible for declaring the supporting institutions, financial sources or conflicts of interest.
- In case of necessity authors should give access to the data sets utilised in the articles.
- The authors should prepare the articles to be published in the Journal in accordance with the Scientific Research and Publication Ethics Directive of the Council of Higher Education. For the research made in the article and for clinical and experimental studies on human and animal that necessitate ethics committee approval separate ethics committee approvals should be taken and these approvals should be mentioned in the article and should be documented.

Ethical Responsibilities of Reviewers:

- Any reviewer who is selected for reviewing the article but whose qualifications do not match with the subject of the article and/or to whom the time limitation of the review process is not appropriate should inform the editor and ask for her/his removal from the review process.
- Reviewers are responsible for the concealment of the articles they received and for not using the information attained from the reviewing process for personal interests.
- Reviewers should not share their evaluations reports or information about the article with others and should not directly communicate with the authors without the permission of the editor.
- Reviewers should be intente about potential ethical incidences in the article and should present them to the editor. This includes similarities and overlapping's with the studies of the reviewer published elsewhere.
- Reviewing should be done objectively. Personal criticisms should be avoided and the evaluations should be constructive, honest and polite.
- Reviewers who may have potential conflict of interest with (at least) one of the authors due to a competitive, collaborative or other types of relationships or connections should inform the editor before accepting the reviewing process.

Ethical Responsibilities of Editorial Board:

- Adhering to the principles of transparency in scholarly publishing the editorial board should strive to provide open and transparent communication to reviewers, authors, academics, and readers.
- The editorial board should ensure the confidentiality of personal information of authors and reviewers and facilitate unbiased evaluations within the specified timelines, in accordance with policies on blind peer review and evaluation processes.
- The editorial board should meticulously assess the potential conflicts of interest or collaborations between authors and reviewers during the evaluation process.
- The editorial board should prioritize the protection of human and animal rights in submitted articles, emphasize the necessity of obtaining clear and documented consent from all participants mentioned in the articles, and reject articles lacking ethical committee approval and experimental research permits for participants.

- The decision of the selection of articles to be published in the Journal is under the responsibility of the editorial board. The editorial board should carry out the evaluation independent of race, gender, sexual orientation, religious belief, ethnic origin, citizenship or political philosophy. The decision to be made should be based on the accuracy, validity and importance of the article, and its relevance with the scope of the Journal. Legal necessities should also be consulted in cases of slander, copyright infringement and plagiarism.
- The editor or any member of the editorial board should not reveal any information about the article except for the related authors, reviewers, potential reviewers, other editorial consultants and publishers.
- The information in any article presented but not published should not be used in any research of the editor or of the member of the editorial board without express written permission of the authors.

Publisher's Ethical Responsibilities:

- Süleyman Demirel University, the publisher of Süleyman Demirel University Visionary Journal, is a non-profit state university and operates with awareness of its ethical responsibilities regarding Süleyman Demirel University Visionary Journal.
- From the perspective of Süleyman Demirel University, the journal's editorial board is responsible for all processes related to the submitted works. Within this framework, they hold decision-making status regardless of economic or political gains.
- Süleyman Demirel University promises the creation of an independent and transparent editorial board decision-making process.
- Süleyman Demirel University bears the responsibility to take measures against any form of scientific misconduct, citation manipulation, and plagiarism related to the editorial board.

Relations with the Reader:

- Editors should make decisions by considering the knowledge, skills and experience expectations of all readers, researchers and practitioners.
- It should be careful that the published studies contribute to the reader, researcher, practitioner and scientific literature and that they are original.
- Editors are obliged to consider the feedback from readers, researchers and practitioners, and to provide explanatory and informative feedback.

Relations with the Authors:

- Editors should make a positive or negative decision based on the importance, original value, validity, clarity of the narrative, and the journal's goals and objectives.
- Studies that are suitable for the scope of publication should be included in the preliminary evaluation stage unless there are other serious problems.
- Editors should not ignore positive referee suggestions, unless there are contradictions to the academic writing and publication rules about the study.
- New editors should not change the decisions made by the previous editor(s) for studies unless there is a valid problem.
- "Blind Refereeing and Evaluation Process" must be published and the editors must prevent deviations from the defined processes.
- Editors should publish an "Author's Guide" that includes every subject expected from them by the authors in detail. These guides should be updated periodically.
- Authors should be informed and returned in an explanatory and informative way.

Relations with the Referees:

- Editors should determine referees according to the subject of the study.
- It is responsible for providing the information and guides that the referees will need during the evaluation phase.
- It has to consider whether there is a conflict of interest between the authors and the referees.
- In the context of blind refereeing, the identity of the referees should be kept confidential.
- Encourage reviewers to evaluate the work in an impartial, scientific and objective language.
- Referees should be evaluated with criteria such as timely return and performance.
- It should determine practices and policies that increase the performance of referees.
- Take the necessary steps to dynamically update the referee pool.
- It should prevent rude and unscientific evaluations.

- Take steps to ensure that the referee pool is broad.

Relations with the Editorial Board:

- Editors must ensure that all members of the editorial board advance the processes in accordance with editorial policies and guidelines.
- The editorial board should inform its members about the publishing policies and keep them informed of the developments.
- New editorial board members should be trained on editorial policies and should provide the information they need.
- It should ensure that the members of the editorial board evaluate the work impartially and independently.
- New editorial board members should be determined as contributing and suitable.
- The members of the editorial board should send studies suitable for their field of expertise for evaluation.
- Must interact regularly with the editorial board.
- Regular meetings should be held with the editorial board for the development of publication policies and the journal.

Relationships with the Journal's Owner and Publisher:

- The relationship between the editors and publishers is based on the principle of the independence of editors.

Unethical Conduct Reporting:

- If you encounter any unethical behaviour or content beyond the ethical responsibilities mentioned above in Süleyman Demirel University Visionary Journal, please report it via email to vizyoner@sdu.edu.tr.

PUBLICATION POLICY

Scope:

- Süleyman Demirel University Visionary Journal is a peer reviewed e-journal and published four times a year in February, May, August and November.
- Research and review articles on all subjects related to economics and administrative sciences may be submitted to the Journal. The rate of review articles to the total number of articles could not outnumber 25%. The type of the article is not determined according to the declaration of the authors but according to the decision of the board of editors following their inspection.
- The papers presented in the congresses or symposiums and published as full text in proceedings book could not be sent to the Journal. Only those papers that are not published as full text, providing that the related information is given could be sent to the Journal.
- A single author cannot publish two articles in succeeding two volumes or in one year. Therefore, those authors who send more than one article to the Journal are accepted to approve the rule.
- The maximum percentage of articles published in the journal from the same institution can be 25%. If the number of accepted articles from the same institution exceeds this ratio, the articles are accepted for publication based on the factors such as submission date, type, subject, and language of publication.
- Applications for articles that do not comply with ethical principles and publishing policy would not be accepted. The review processes of those articles who are found to be deficient later would be terminated and the articles would be rejected regardless of the stage of evaluation process they are in.
- The opinions in the articles published in the Journal are not the opinions of the Journal and all the responsibility belongs to the authors.

Price Policy

- No fee is charged from the articles sent to the journal for evaluation or for application.

Plagiarism Policy:

- The articles submitted for publication in the journal are checked through iThenticate or Turnitin plagiarism detection programs.
- In order for the article to proceed to the evaluation process, the similarity index ratio must be less than 20%. The similarity index ratio from a single source can be a maximum of 5%.
- The plagiarism evaluations of the articles are going to be made by the Journal; hence the author(s) do(es) not need to attach plagiarism report.
- Articles with a similarity index ratio exceeding 35% are directly rejected. For articles with a similarity index ratio between 20% and 35%, the responsible author is asked to make revisions to meet the required condition.
- The authors who submit their papers are accepted to have declared that they do not plagiarize; they accept any sanction caused by any plagiarism; and they admit that the Journal have no responsibility on such situations.

Special Issue Publishing Policy:

- In addition to its regular issues released at regular intervals, the journal may publish special issues consisting of articles covering a specific theme or comprising conference/symposium proceedings and similar event reports.
- Special issues cannot exceed more than 1/3 of the regular period. Special issues containing conference abstracts are not included in this coverage.
- Guest editors may be accepted for special issues.
- The ethical principles, publishing policy, and writing rules of the journal also apply to special issues. However, in special issues, the restrictions on compilation articles, the limitation on publishing more than one article by an author in two consecutive issues and multiple issues within the same year, and the limitation on the maximum of 25% of published articles from the same institution are not enforced.

Application Process:

- The articles should be written either in Turkish or in English.
- The articles should be prepared by using the article template to be attained from the web site of the Journal.
- The articles should be prepared in accordance with the spelling rules and should be uploaded to the DergiPark system.
- Together with the article(s) the Article Application Form that is signed by all the authors should be uploaded to the system. The authors should add their titles, institutions where they work/study, contact information and Orcid ID information to the system.

- Those authors who cannot upload their papers through the system may take technical support by e-mailing to vizyoner@sdu.edu.tr.

Ethical Declarations:

- The articles sent to the Journal in order to be published should be prepared by the author(s) in accordance with research and publication ethics.
- Authors must adhere to the publication ethics principles, standards, and recommendations established by the Committee on Publication Ethics (COPE) regarding publication ethics.
- It is strictly prohibited to write any part or the entirety of the articles submitted to the journal using Artificial Intelligence (AI) tools. AI tools may be used for purposes such as generating figures or graphics, improving writing and grammar, and enhancing the overall readability of the article. In such cases, authors are required to provide a clear and comprehensive explanation regarding the application of AI tools in their work. The journal adheres to COPE's following statement regarding the use of artificial intelligence in scientific research: *"The use of artificial intelligence (AI) tools such as ChatGPT or Large Language Models in research publications is expanding rapidly. COPE joins organisations, such as WAME and the JAMA Network among others, to state that AI tools cannot be listed as an author of a paper. AI tools cannot meet the requirements for authorship as they cannot take responsibility for the submitted work. As non-legal entities, they cannot assert the presence or absence of conflicts of interest nor manage copyright and license agreements. Authors who use AI tools in the writing of a manuscript, production of images or graphical elements of the paper, or in the collection and analysis of data, must be transparent in disclosing in the Materials and Methods (or similar section) of the paper how the AI tool was used and which tool was used. Authors are fully responsible for the content of their manuscript, even those parts produced by an AI tool, and are thus liable for any breach of publication ethics."*
- A document of the approval of ethical committee is required from any type of studies that utilise qualitative or quantitative approaches and that necessitate data collection through questionnaires, interviews, focus group studies, observations, experiments, meeting techniques and the date of the study does not change this requirement.
- For the research made in the article and for clinical and experimental studies on human and animal that necessitate ethics committee approval separate ethics committee approvals should be taken and these approvals should be mentioned in the article and should be documented. In those articles necessitating ethics approval, approval-related information (name of the committee, date and number) should be given in the method part and also in the first/last page of the article. Therefore, in the cases that necessitate ethics committee approval, those articles that do not send these documents would not be evaluated and would be rejected.
- In the articles submitted to the Journal, the declarations of contribution rate and if any support and thanksgiving, and conflict should be included.

Review Process:

- An article sent to the Journal follows three stages: pre-control, evaluation and publication stage.
- The articles sent to the Journal for publication are initially checked in the pre-control stage. The stage is completed at the latest in 30 days following the submission date of the article. In this stage, the article is checked for its compliance with our publication principles, spelling rules, the rules of publication ethics and being scientific. At this stage, the compliance of the article with ethical principles, publishing policy, and writing rules is being checked. Within the scope of the pre-control three decision may be made: send to the reviewer (evaluation) process, for the article to be sent to the reviewer some alterations should be made, and insufficient for sending to the reviewer and for publishing. If the second decision – for the article to be sent to the reviewer some alterations should be made – is taken, the author(s) has/have 30 days for making the alterations and resend the article. Otherwise, the evaluation process of the article would be terminated, and the article would be rejected.
- Articles submitted for publication in the journal undergo plagiarism checks using iThenticate or Turnitin plagiarism detection programs during the initial screening stage. In order for the article to proceed to the evaluation process, the similarity index ratio must be less than 20%.
- Following the pre-control stage, the articles pass to the evaluation stage. In the beginning of the evaluation stage, the articles are inspected by the editorial board or section editor for the quality, originality and scientific contribution and within 10 days at most, the article is sent to the reviewers or is rejected without sending to the reviewers.
- After the decision that the article may be sent to the reviewers for the evaluation stage, the article is sent at least two reviewers (double blind reviewers) for a control in terms of content and format. No information is given to the authors about the identities of the reviewers or to the reviewers about the owner(s) of the article. The reviewers are requested to make a decision whether they are going to evaluate the article or not within 10 days and if they accept to evaluate the article to finish their evaluation within 30 days and send their evaluation reports. Those reviewers who do not send the reports within the duration are warned and additional time of 10 days may be given for twice at most. In case of not sending the

reports event within the additional duration, the article is sent to another new reviewer. If the reviewers need a second or third time evaluation following the first one, the aforementioned durations are initiated from the beginning.

- In accordance with the evaluation reports from the reviewers, the paper may be published, may be re-sent to the author(s) for correction, or may be rejected. In case of a correction all correction(s) should be made within at the latest 1 months and sent to the Journal. Within the process, in addition to the revised version of the paper, a revision report should be sent. Otherwise, the evaluation process of the article would be terminated, and the article would be rejected.
- If one of the reviews is positive while the other is negative, the editorial board may send the article to the third reviewer or may reject the article in accordance with the reviewer report. Therefore, in order for an article to be published, it should take positive decisions from at least two separate reviewers.
- Those articles that are found to be sufficient in the evaluation stage are sent to the publication stage. In the publication stage, the articles are included in the publication stage according to the decision of editorial board by taking the date of arrival, type of article, subject of the article and publication language. In this stage, the requests of the authors for their articles to be published earlier are refused whatever the reason of the authors. In this respect, Süleyman Demirel University Visionary Journal do not accept any article for publishing it in a particular volume and the authors may submit articles to the Journal at any time they desire.
- In the publication stage, when the publication turn comes, the typesetting and layout processes are initiated. After the completion of typesetting and layout processes, the article is sent to the author(s) once more for a last-check. After the return of the author, the articles are checked by the editor for the last time and the publication process of the article is initiated after giving a DOI number to the article. If the author(s) do(es) not return in the determined time duration, the article may be shifted to the following volume or may be published with its last format.

Correction and Retraction Policy:

- Authors may withdraw their manuscripts at any stage until the completion of the review process and initiation of the publication process.
- Authors or the editorial board may request retraction or correction of an article for various reasons after publication. These requests are processed in accordance with [COPE guidelines](#).
- If authors or the editorial board identify minor errors in the published article, they may request a correction when the corrections do not affect the findings, interpretations, or conclusions. When significant errors and violations that invalidate the findings and conclusions are identified, retracting the article may be considered.
- If there is a possibility of research or publication misconduct by the authors, and if there is evidence suggesting that the findings are unreliable and that the authors' institutions have not investigated the matter, or if a possible investigation appears unjust or inconclusive, the editorial board may issue an expression of concern.

Open Access and Copyright Policy:

- Süleyman Demirel University Visionary Journal adopts the principle that offering scientific research to the public for free would enhance the global sharing of knowledge and provides instant open access to its content.
- Süleyman Demirel University Visionary Journal is a journal that adopts an Open Access policy and accepts the [Budapest Open Access Initiative \(BOAI\) declaration](#).
- Süleyman Demirel University Visionary Journal accepts that peer-reviewed scientific research, in line with the Budapest Open Access Initiative (BOAI) definition, should be freely accessible, readable, downloadable, copyable, distributable, printable, scannable, linkable to full texts, indexable, transferable to software as data, and available for any legal purpose via the internet without financial, legal, or technical barriers. The authors and copyright owners accept that all the users have the right to access the studies without any fee. The authors whose articles are published by the Journal accept that their studies can be cited under the provisions of the protection of copyrights and Commons Attribution License.
- All the articles to be published in Süleyman Demirel University Visionary Journal are licenced with [Creative Commons Atf 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](#). Under this license, the copyright of the articles published in the journal belongs to the authors. This license grants authors and users the right to copy, distribute, share, display, and use the article for any purpose, including commercial purposes, as long as proper reference is made.
- The Journal does not pay any royalties to the author(s) of the articles published.

WRITING RULES

1. The papers should be prepared in A4 paper size with “MS Office - Word 2010” or with a higher version and by utilising the article template of the Journal. The length of the paper should be at least 6,000 words and be no longer than 30 pages with the journal template. The articles must be less than 30 pages with the template. Page margins should be as follows: Top: 5 cm, Bottom: 2.5 cm, Left: 2.5 cm and Right: 2.5 cm.
2. The author(s) information, article additional information and author declarations should be added to the parts declared in the Journal article template in accordance with the Journal rules.
3. Excluding the title page and expended abstract page, the article should be written with “Times New Roman”, 10pt size and single spacing. There should be one space after points and commas. No indents should be used for the paragraphs and 6pt spaces should be left before and after the paragraphs. Between the paragraphs no extra blank lines should be used.
4. In the title page of the article; single spacing and 3nk spacing before and after the paragraph should be used. Turkish and English titles should be 11pt size. Turkish and English abstracts should be 9pt size, between 120 and 200 words and single paragraph. There should be 3 to 5 keywords in Turkish and English. There should be max. 5 JEL (Journal of Economic Literature) codes. For those articles whose language is English, first English versions of title, abstract, keywords and JEL codes should be given and then the Turkish versions should be included.
5. In the article, an extended abstract that is not more than 1 page in accordance with Journal page format and that involves min 700, max 1200 words should be included. The extended abstract should be prepared in English for the articles in Turkish, and in Turkish for the articles in English. The extended abstract should be composed of four sub-headings: purpose and scope, design/methodology/approach, findings, and conclusion and discussion. Each sub-heading should be one paragraph, 9pt size, single spacing, 3nk spacing before and after the paragraph and without any extra spacing between titles.
6. The headings and subheadings should be appeared in 10 font size, bold and left justified and also numbered decimally such as 1., 1.1., 1.1.1., 1.1.2., 1.1.2.1. The numbering should be initiated from the “Introduction” part and should be continued till the “Conclusion” part. No titles for introduction and result part should be used. All the letters in main headings should be capital; only the first letters of the words in the sub-headings should be capital. No spacing should be made before and after the main and sub-headings. Only in the main headings 12nk spacing before the paragraph, and 6nk spacing after the paragraph should be applied.
7. All the tables and figures in the article should be given centered and in their proper places. All the tables and figures should be numbered in bold (**Table 1.**, **Figure 2.**, etc.) and given titles in normal fonts. The titles should be above the Tables and Figures, should be centered, 10 pt., and only the initial letters should be capital, with a line spacing of 6nk before and after the paragraph. The text inside the Tables and Figures should be written in Times New Roman with 8-9 font sizes and with single spacing. All the visuals such as graphs, charts, maps, drawings and photographs should be specified as Figures. For the Tables only horizontal lines should be preferred, vertical lines should not be used. All the Tables and Figures should fit the aforementioned rules and should be legible. The sources in Tables and Figures should be given under the Table and Figure with 8 font size and 3nkt distance must be set before and after the paragraph. No blank line should be given before and after the Tables and Figures.
8. In those articles written in Turkish comma should be preferred as the decimal point, while point should be preferred in those articles written in English. For thousand separators, point should be used in Turkish articles while comma should be used in English articles. The numbers between 0 and 9 should be written with letters while 10 and larger numbers should be written numerically.
9. The equations, models and formulas in the article should be left justified, all of them should be numbered and the numbers should be written in parentheses and right justified. No blank line should be given before and after the equations, models and formulas.
10. The bulleted texts in the article, should be left justified and 3nk distance must be set before and after the paragraph.
11. If the quotation from a source is less than 40 words, the expressions should be in quotation marks and the study quoted should be cited intext. If the quotation is more than 40 words, the quotation should be given in a new line; 1.25 cm tabbed from left and right, 3nk distance must be set before and after the paragraph and the study quoted should be cited.
12. If the article include any “appendix”, titles (**Appendix 1.**, **Appendix 2.**, etc.) should be given to them and they should be given after the References part.
13. Intext citations, footnotes and reference lists in the papers should be prepared according to American Psychological Association (APA 7) style. The intext references should be given with author-date-page method. The explanations should be given at the button of the page as a footnote, as justified, with 8 font size and Times New Roman, single line spacing and 3nk distance must be set before and after the paragraph.
14. Intext citations should include the surname of the author(s), year of the source, and page number, respectively. In the articles written by 2 authors, between the names of the authors “and” should be used if the article is written in Turkish; “&” should be used if the article is written in English. When referring an article that is written by 3 or more authors, the surname of the first authors should be written first, and then “vd.” should be used in Turkish articles; “et al.” should be used in English articles.

- **Works by a single author:** (Dulupçu, 2001, p. 28).
 - **Works by 2 authors:** (Acar & Tetik, 2018, p. 60).
 - **Works by 3 or more authors:** (Çarıkçı et al., 2009, p. 55).
 - **Citing more than one source:** (Schumpeter, 1934, p. 66; Wood, 2005, p. 36; Acar & Tetik, 2018, p. 60).
 - **Citing whole source:** (Drucker, 1995).
 - **Reference to secondary sources:** (Freud, 1901, as cited in Bonomi, 1998)
15. If a group including author abbreviations is used, while no abbreviation is used for the first reference, for the following references abbreviations are used. For those groups having no abbreviation, there is no difference between the first and the following references.
- **First reference:** (Süleyman Demirel University [SDÜ], 2022).
 - **Following references to a group including author name abbreviation:** (SDÜ, 2022).
16. If the reference is taken from a web site and the author is known, reference should be made like periodic publications. If the date of the downloaded source is not given, access date should be used. If the date of the downloaded source is not given, date of access should be used. Also if no publisher name is available, use the name of website and data of Access.
- **If the author's name and publication year is known:** (Bebbington & Song, 2004).
 - **If the author's name and publication year is not known:** (Rekabet Kurumu, 2008).
17. If you are citing more than one work by the same author in the same year, put the letters a, b, c next to the year.
- (Kurzner, 1973a, p. 30).
 - (Kurzner, 1973b, p. 45).
18. In narrative references in which the name of the author is written in the sentence, if the study has 2 authors “ve” should be used if the article is written in Turkish; “and” should be used if the article is written in English. In the studies written by 3 or more authors, first the surname of the first author should be written, then “vd.” and “et al.” should be used in Turkish and English articles, respectively.
- According to Moran (1994, p. 36), ...
 - Acar and Tetik (2018)
 - Çarıkçı et al. (2009)
19. In the articles, all kind of sources should be included in the References part. All the sources, without discriminating according to the type (thesis, book, article, report etc.), should be sorted alphabetically according to the surname of the authors. The studies of a particular author should be sorted in the References part from the oldest to the newest. Sources should be left justified in the first line, and 1.25 cm tabbed from left in the following lines. For that purpose, in the paragraph preferences “first line” should be adjusted to “hanging” and the value should be adjusted to 1.25 cm. References part should be prepared with Times New Roman, 10 pt size, single spacing and 0.5 cm spacing before and after the paragraph. In the References part, a blank line should be left between each publication. In the References part, the first letter of the name of all publications (article title, book title, chapter title, thesis title etc.) except Journal title should be capital, and the rest of the title should be lower case, if they are not proper name or abbreviation. For the title of a journal, the first letters of all words should be capital. In those studies, written by 2 or more authors, if the language of the article is Turkish, “ve” should be used before the last author; if the article language is English, “comma” and “&” should be used. The reference page should be prepared according to example shown below.

Books:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). *Name of the book* (Number of editions). Publisher.

Koçel, T. (2020). *İşletme Yöneticiliği* (18th ed.). Beta Basım Yayım.

Acar, D., & Tetik, N. (2018). *Genel muhasebe* (16th ed.). Detay Yayıncılık.

Korkmaz, A., Dulupçu, M. A., Gövdere, B., & Songur, H. (2013). *İnsani ücret*. İGİAD Yayınları.

Translated Books:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). *Name of the book* (Number of editions). (First letter of the translator. Surname of the translator, Trans.), Publisher, (The publishing date of the original work).

Piketty, T. (2015). *Yirmi birinci yüzyılda kapital* (2nd ed.). (H. Koçak, Trans.), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları (Original work published 2013).

Edited Books:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). Section title. In First letter of the editor. Surname of the editor (Ed.), *Title of the book* (Number of editions, Pages of the section), Publisher.

Eke, E. (2019). Türkiye’de dijital bağımlılığa yönelik politikalar üzerine bir betimleme. In H. H. Aygül, & E. Eke (Ed.), *Dijital çocukluk ve dijital ebeveynler: Dijital nesillerin teknoloji bağımlılığı* (p. 207-252). Nobel Akademik Yayıncılık.

Articles:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). Title of the article. *Journal title*, Vol(No), Pages. <http://doi.org/xx.xxxxxxxx>

Özkul, G. (2007). Kapitalist sistemin sürükleyici aktörleri: Ekonomik teoride girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 343-366.

Oruç, K. O., & Çolak, M. (2019). Bulanık analitik hiyerarşi prosesi yöntemi ile yem seçimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(25), 495-510. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.611033>

Beyaz, R., Güngör, A. Y., & Kılıçarslan, Ş. (2021). The effects of banks’ internal marketing and market orientation approaches on performance. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(31), 812-825. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.833838>

Thesis:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). *Thesis title* [Master’s Thesis/ Ph.D. Dissertation]. Name of University / Institution

Sezgin, A. (2014). *Turizm sektöründe konaklama tesisi fiyatlandırmasının mekânsal ve niteliksel belirleyicileri: Antalya Körfezi örneği* [Ph.D. Dissertation]. Süleyman Demirel Üniversitesi.

Symposiums/Congresses:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). Title of the paper. *Symposiums/Congresses Name* (Pages). The city where the Symposium / Congress is organised, Country.

Karaatlı, M., Demirci, N., Aksoy, E., & Ömürbek, N. (2014). Borsa performanslarının çok kriterli karar verme yöntemleri ile karşılaştırılması. 15. *Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu* (p. 673-689). Isparta, Turkey.

Research Reports:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). *Title of the paper* (Report No. xxx). Publisher. Internet address

Eliasson, G., Fölster, S., Lindberg, T., Pousette, T., & Taymaz, E. (1990). *The knowledge based information economy* (IUI Working Paper No. 256). Research Institute of Industrial Economics. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/95060/1/wp256.pdf>

Media Sources (Film/Video et al.):

Surname of the Producer / Speaker, First letter of her/his name. (Year). *The name of the film/speak* [Film / Video / Audible]. Production company. Internet Address (if any)

Anadol, R. (2020, July). *Makine zekası çağında sanat* [Video]. TED Conferences. https://www.ted.com/talks/refik_anadol_art_in_the_age_of_machine_intelligence?language=tr#t-931

Forman. M. (Yönetmen). (1975). *One flew over the cuckoo’s nest* [Film]. United Artists.

Law/Regulation/International Convention/Court Orders:

Name of Law/Regulation/International Convention/Court. (Release Date). Internet Address.

Çocuk Hakları Sözleşmesi. (1995, January 27). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22184.pdf>

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği. (2016, April 20). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160420-16.htm>

Internet Sources:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Date of publication / Date of access). *Title*. Retrieved from URL

Bebbington, J., & Song, E. (2004). *The adoption of IFRS in the EU and New Zealand*. Retrieved July 14, 2008 from <http://www.europe.canterbury.ac.nz/>

Rekabet Kurumu. (2010). *Rekabet hukukunun esasları*. Retrieved March 17, 2010 from <http://www.rekabet.gov.tr/index.php?Sayfa=sayfaicerik&icld=53>

Süleyman Demirel Üniversitesi. (2020). *Misyon & vizyon*. Retrieved January 10, 2020 from <https://w3.sdu.edu.tr/sayfa/5528/misyon-vizyon>

Gökçe, D. (2019, July 19). *Çin’de 1992’den bu yana en düşük büyüme*. Akşam. Retrieved January 15, 2020 from <https://www.aksam.com.tr/yazarlar/deniz-gokce/cinde-1992den-bu-c2yana-en-dusuk-buyume/haber-990522>

20. For the cases not mentioned in spelling, scientific publication rules will be taken into consideration.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

YAYLA TURİZMİ ZİYARETÇİLERİNİN DENEYİMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: AYBASTI PERŞEMBE YAYLASI ÖRNEĞİ

AN EVALUATION OF THE EXPERIENCES OF VISITORS IN PLATEAU TOURISM: THE CASE OF AYBASTI PERŞEMBE PLATEAU

Prof. Dr. Cemile BAHTİYAR KARADENİZ¹

Suat ÇAĞMAN²

Doç. Dr. Koray GENÇ³

ÖZ

Bu araştırma, Ordu ilinin Aybastı ilçesinde yer alan Perşembe Yaylası'nı ziyaret eden turistlerin deneyimlerini inceleyerek, destinasyon yönetimi ve sürdürülebilir turizm açısından önemli veriler sunmayı amaçlamaktadır. Turist deneyimlerinin değerlendirilmesi, bir destinasyonun rekabet gücünü artırmada ve ziyaretçi memnuniyetini sağlamada kritik bir rol oynamaktadır. Bu doğrultuda, Google platformundan elde edilen 503 ziyaretçi yorumu, nitel veri analiz programı MAXQDA kullanılarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sürecinde kod sıklık hesaplama, kelime bulutu, kod alt kod modeli ve kod birlikte oluşum modeli teknikleri uygulanarak, ziyaretçilerin yayla hakkındaki algıları tematik olarak değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularına göre Perşembe Yaylası, doğal güzellikleri ve özellikle benzersiz menderesleri sayesinde yüksek ziyaretçi memnuniyeti sağlayan ve tavsiye edilen bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, fiyatlandırma politikası, güvenlik ve hijyen gibi temel beklentilerin yeterince karşılanamaması, ziyaretçi memnuniyetini olumsuz etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Elde edilen sonuçların, destinasyon yönetimi açısından önemli çıkarımlar sunarak sürdürülebilir turizm stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yayla Turizmi, Perşembe Yaylası, Ziyaretçi Deneyimi.

JEL Sınıflandırma Kodları: R14, R52, Q26, Q5.

ABSTRACT

The study aims to provide important data regarding destination management and sustainable tourism by examining the experiences of tourists visiting Perşembe Plateau, located in the Aybastı district of Ordu province. Evaluating tourist experiences plays a critical role in enhancing the competitiveness of a destination and ensuring visitor satisfaction. In this context, 503 visitor comments obtained from the Google platform are analyzed using the content analysis method with the qualitative data analysis program MAXQDA. During the analysis process, techniques such as code frequency calculation, word cloud, code-subcode model, and code co-occurrence model are applied to thematically assess visitors' perceptions about the plateau. According to the research findings, Perşembe Plateau stands out as a highly recommended destination that provides high visitor satisfaction due to its natural beauty, particularly its unique meanders. However, factors such as insufficient fulfillment of basic expectations like pricing policy, safety, and hygiene negatively affect visitor satisfaction. The obtained results provide significant insights from a destination management perspective, contributing to the development of sustainable tourism strategies.

Keywords: Plateau Tourism, Perşembe Plateau, Experiences of Visitors.

JEL Classification Codes: R14, R52, Q26, Q5.

¹ Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, cbkaradeniz@gmail.com

² Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi, suatcgmn@gmail.com

³ Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, koray.genc@yahoo.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The destination selection processes of tourists are shaped by a complex interplay of economic, social, cultural, psychological, and environmental factors. In particular, social interaction emerges as a determining factor in tourists' destination preferences. Nowadays, tourists consider online reviews when making decisions about destinations and evaluate these reviews as reliable references. This situation helps to reduce tourists' perception of risk, allowing them to make more informed choices. Destination image is one of the key elements guiding tourists' decisions, and according to Gunn, it is formed in two different ways. The first is the planned image created through advertisements and marketing activities; the second is the organic image shaped by tourists' experiences. In particular, the comments and visuals shared on social media and online platforms directly affect the perceptions of potential visitors, enhancing the attractiveness of the destination. In this context, tourists' expectations and perceptions about the destination are largely shaped by online user reviews. The study aims to analyze online reviews made on Google regarding Perşembe Plateau located in the Aybastı district of Ordu. The primary goal of the study is to identify the aspects of the plateau that visitors are satisfied with and those they believe need improvement. Additionally, it is expected that the findings of the research would contribute to the tourism literature and guide destination management strategies in line with sustainable tourism principles. Perşembe Plateau is an attractive destination known for its natural beauty, social activities, and cultural elements, and it is aimed that suggestions for developing the tourism potential of the region will be provided as a result of the analyses conducted.

Design/methodology/approach:

This research is a qualitative study that analyzes online visitor comments about Perşembe Plateau, conducted using the content analysis method. The qualitative data analysis software MAXQDA is utilized for the systematic examination of the comments. In the data collection process, visitor comments about Perşembe Plateau on the Google platform are used as the primary source. A total of 503 visitor comments are included in the study. Due to the high volume of comments, filtering is conducted based on specific criteria, particularly including those made within the last two years and written by users with the Google Guides badge. This approach allows for the evaluation of more informed and detailed feedback, making it possible to better understand the visitors' experiences. During the data analysis process, various methods are employed. First, a word cloud analysis is applied to identify the most frequently used words by visitors, and these words are visualized to determine the general trends in the comments. Subsequently, the code frequency calculation method is used to identify the most recurring themes in the comments. A code-subcode model is utilized to establish the main themes, with their corresponding subthemes detailed underneath. Through a code co-occurrence model, the analysis examines how different codes come together, revealing the contextual relationships within the comments.

Findings:

As a result of the analyses conducted within the scope of the research, four main themes and a total of 18 sub-themes are identified. Based on the obtained data, the most frequently occurring themes are classified as positive comments (53.25%), negative comments (15.28%), recommendations (20.72%), and information provision (10.75%). Positive comments have the highest frequency, reflecting visitors' satisfaction with the natural beauty of the plateau, its clean air, peaceful atmosphere, and walking trails. In the word cloud analysis, prominent terms include expressions such as "beautiful," "nature," "magnificent," and "view." When examining the sub-themes of positive comments, it is observed that visitors emphasize elements such as ambiance, good experience, facilities, and location-accessibility. The natural environment of the plateau, its tranquility, and its soothing nature are among the most praised aspects by visitors. Negative comments, on the other hand, mainly focus on issues such as infrastructure deficiencies, transportation difficulties, stray street dogs, and high prices. While visitors indicate that the plateau offers a peaceful environment intertwined with nature, they express that some fundamental shortcomings negatively impact the tourism experience. The most frequently mentioned problems include the abundance of street dogs, poor road conditions, insufficient toilet facilities, and high prices in some restaurants. Comments included in the recommendations category contain suggestions aimed at enhancing the plateau's tourism potential. Visitors particularly recommend highlighting activities such as nature walks, photography, and tasting local products. Additionally, it is noted that the plateau should be visited primarily in the spring and summer months, while emphasizing that visitors should be prepared due to the variability of weather conditions. Informative comments generally provide guidance on transportation, weather conditions, and toilet facilities. Visitors express that transportation is comfortable, but road conditions can be challenging in some areas, and they also point out the need for an increase in toilet facilities.

Conclusion and Discussion:

The research findings indicate that the tourism potential of Perşembe Plateau is high, and a significant portion of visitors leaves the area satisfied. The proportion of positive reviews is determined to be 53.25%, with the majority of visitors expressing satisfaction with the natural and cultural experiences offered by the plateau. However, issues such as infrastructure deficiencies, stray dogs, inadequate toilet facilities, and transportation difficulties are identified as the primary factors negatively affecting the tourist experience. In this regard, various recommendations are developed, including increasing toilet facilities and improving hygiene standards, addressing the stray dog issue, organizing transportation routes, and balancing pricing policies. Additionally, promoting Perşembe Plateau more actively on social media and developing sustainable tourism policies by taking into account tourist feedback would enhance the region's attractiveness in the long term.

1. GİRİŞ

Turistlerin destinasyon seçimi, bireysel ve çevresel birçok faktörün etkileşimiyle şekillenen karmaşık bir süreçtir. Ekonomik, sosyal, kültürel, psikolojik ve çevresel unsurlar bu süreçte belirleyici rol oynar (Buluk Eşitti, 2019, s. 208; Gürkan, 2021, s. 48; Belber ve Eker, 2022, s. 207). Sosyal etkileşim de turistlerin destinasyon tercihlerinde önemli bir etkidir. Bu durum, Bandura'nın (2002, s. 270) sosyal davranışların gözlem ve taklit yoluyla öğrenildiğini öne süren "sosyal öğrenme teorisi" ile uyumludur (Litvin vd. 2008, s. 460). Günümüz turistleri destinasyon seçerken özellikle sosyal platformlardaki kullanıcı yorumlarını güvenilir kaynak olarak görmektedir. Geçmiş deneyimlerin risk algısını azalttığı ve turist tercihlerinde belirleyici olduğu vurgulanmaktadır (Kozak, 2001, s. 785; Bilim, Başoda ve Özer, 2013, s. 388; Civelek ve Dalgın 2013, s. 273; Göral, 2015, s. 3).

Destinasyon imajı, turistlerin seçim sürecinde kritik bir diğer etkidir. Gunn (1997, s. 37), destinasyon imajının uyarılmış (reklam ve tanıtım çabalarına dayalı) ve organik (turistlerin kendi araştırmaları ve deneyimlerinden oluşan) olmak üzere iki şekilde şekillendiğini belirtmektedir (Genç, 2021, s. 70-71). Çevrim içi turist yorumları, organik imajın oluşumunda etkili olup, güvenilir bulunarak (Cox vd. 2009, s.744; Ünal ve İpar, 2021, s. 512; Su, Swanson ve Chen, 2022, s. 406) daha bilinçli kararlar alınmasını sağlamakta ve destinasyon tercihlerini güçlü bir şekilde etkilemektedir (Baloglu ve McCleary, 1999, s. 870; Park ve Gretzel, 2007, s. 51). Özellikle sosyal medyada paylaşılan doğal güzellikler ve estetik öğeleri vurgulayan görseller ile (Eryılmaz, 2014, s. 75; Demiral, 2019, s. 6176; Cheung vd, 2020, s. 715; Belber ve Eker, 2022, s. 226; Zorlu ve Candan, 2023, s. 53) olumlu yorumlar, turistlerin destinasyon tercihlerini şekillendirmede ikna edici bir rol oynamaktadır (Bilim vd., 2013, s. 392-393; Xie vd, 2014, s. 2; Uygur, 2023, s. 414; Gürkan, 2021, s. 53-104).

Çevrim içi yorumlama imkânıyla beraber turizm sektörü açısından tüketiciler yalnızca bir hedef kitle değil, aynı zamanda önemli bir geri bildirim kaynağı konumuna ulaşmıştır. Bir başka ifadeyle ziyaretçiler de artık turistik ürünün oluşturulmasında ve pazarlamasında rol üstlenmiş ve artık üretici konumunda da yer almaktadır. Bu bağlamda önceki ziyaretçiler potansiyel turistlerin beklentilerini ve algılarını yönlendirebilmektedir. Dolayısıyla turizm işletmelerinin ve destinasyon yöneticilerinin, tüketici geri bildirimlerini dikkate alarak stratejiler geliştirmesi, müşteri memnuniyetini artırmak ve rekabet avantajı elde etmek için büyük önem taşımaktadır (Kozak, 2007a, s. 139; Aymanıkuy, Soydaş ve Saçlı, 2013, s. 389-390).

Bu çalışma, Ordu ilinin Aybastı ilçesi sınırlarında yer alan Perşembe Yaylası'na yönelik Google platformunda yapılan çevrim içi yorumların analizini amaçlamaktadır. Söz konusu yorumların Perşembe Yaylası için memnuniyet duyulan ve eksik bulunan unsurları işaret etmesi bakımından önemli olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla araştırmanın turizm literatürüne katkısının yanı sıra yayla turistlerinin beklentileri hakkında verdiği fikirlerle destinasyon yönetim stratejileri oluşturulması, sürdürülebilirliğin sağlanması ve destinasyonun rekabet gücünün artırılması doğrultusunda sorumlulukları bulunan karar mercileri için de önemli çıktılar sunduğu ifade edilebilir.

Ulusal literatürde konaklama ve yiyecek-içecek işletmesi tüketicilerinin memnuniyet ve şikâyetlerine sosyal ağlar üzerinden odaklanan çalışmalar yaygın olarak görülmektedir (Eren ve Kuvvetli, 2017; Genç ve Batman, 2018; Kafa ve Demircioğlu, 2022). Ayrıca il veya ilçe bazında çalışmalar yoğun bir şekilde bulunmaktadır (Civelek ve Dalgın, 2013; Genç, 2014; Alrawadie ve Demirkol, 2015; Çekal ve Gündüz, 2015; Kızıllırmak, vd. 2015; Ünal vd., 2020; Mancı ve Tengilimoğlu, 2021b; Şahin, 2021; Kerse, 2023). Bunun yanında, farklı çekiciliği ile ön planda olan destinasyonlar ve turistik çekicilikler üzerine yapılan çevrim içi yorumlar da araştırma konusu edinmiştir. Arkeolojik sit alanı (Koroğlu vd., 2014; Mancı ve Tengilimoğlu, 2021a), müze (Şahin ve Şad, 2018), kültürel peyzaj alanı (Ateş ve Sunar, 2019), tropikal bahçe (Göral ve Arıcan, 2023) gibi çekim unsurları çevrim içi yorumlarının analizinin gerçekleştirildiği örneklerdir. Ancak, yayla destinasyonlarına yönelik çevrim içi kullanıcı yorumlarının sistematik olarak analiz edildiği akademik çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu durum, dijital verilerin destinasyon değerlendirmelerinde artan önemine rağmen, yayla turizmi özelinde belirgin bir literatür boşluğuna işaret etmektedir (Çuhadar, 2025; Kumlu vd., 2019). Bu bağlamda, bu çalışma yalnızca mevcut ziyaretçilerin memnuniyet ve şikâyet düzeylerini ölçmekle kalmayıp, aynı zamanda yayla turizmine özgü çevrim içi kullanıcı verilerinin akademik olarak değerlendirilmesi bakımından literatüre özgün ve güncel bir katkı sunmaktadır.

2. YAYLA TURİZMİ

Yayla, ekonomik bir faaliyet olarak yaz aylarında geçici olarak yerleşim amacıyla kullanılan, büyük ölçüde ahır hayvanlarının beslenmesine uygun olan ve bazı durumlarda tarım faaliyetlerinin de gerçekleştirildiği, yüksek rakımlı alanlar olarak tanımlanmaktadır (Doğanay ve Orhan, 2024, s. 275-280, Somuncu vd. 2014, s. 105). Havaaların ısınmasıyla birlikte yaylalara çıkıp, belirli bir süre boyunca hayvancılık ve tarım gibi faaliyetlerde bulunup havaaların soğumasıyla sürekli ikamet edilen yerleşmeye dönmeyi içeren geleneksel yaşam tarzı ise yaylacılık şeklinde tanımlanmaktadır (Zaman, 2007, s. 234). Yaylacılık zamanla ekonomik boyutunun yanında sosyal boyut da kazanmıştır. Şehirlerde sıcak yaz koşullarına maruz kalan bireyler, serin ortamlarda dinlenmek ve vakit geçirmek amacıyla yaylalara yönelmektedir (Somuncu, 2007, s. 816; Doğanay ve Coşkun, 2014, s. 3-4). Bu yönelim, literatürde “rekreasyonel / rekreatif yaylacılık” olarak adlandırılan bir faaliyet biçiminin gelişmesine neden olmuştur (Soykan, 1994; Doğanay ve Orhan, 2024, s. 275).

Dünya genelindeki ve Türkiye’deki ekonomik ve sosyal dönüşümler, yaylacılık kültürünü önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu değişimler, yaylalarda turizm ve rekreasyon odaklı faaliyetlerin ön plana çıkmasına neden olmuştur (Doğaner, 2001). Yayla turizmi, yayla yerleşme ve doğal alanlarında doğal yaşamı gözlemleyerek kırsal alanlardaki kültürel ve etnik unsurları keşfetmek amacıyla yapılan alternatif bir turizm faaliyetidir. Bu bağlamda, doğada vakit geçirme, sessizlik ve huzur arayışı, fotoğraf safarileri, bitki türlerini gözlemleme, doğa yürüyüşleri, kırsal yaşam ritüellerini deneyimleme, yayla şenliklerine katılım gibi etkinlikler için yaylalara turistik ziyaretler düzenlenmektedir (Kızılırmak, 2006, s. 15-20).

Yaylaların sahip olduğu akarsu, şelale, göl, ormanlık alanlar, endemik bitki çeşitliliği, yaban hayatı, özgün coğrafi oluşumlar, etnolojik çekicilikler ve geleneksel mimari gibi unsurların çeşitli kullanım imkânları, yayla turizmini sürdürülebilirlik vurgusu ile ekoturizm bağlamında değerlendirilebilir hâle getirmiştir (Zengin, 2008, s.4). Bir başka ifade ile yayla turizmi, sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde ele alınması gereken bir turizm türüdür (Gündüz ve Atak, 2023, s.622). Sürdürülebilirlik vurgusu, yaylalarda turizm faaliyetleri planlanırken koruma ve kullanım dengesinin gözetilmesi, özellikle kaçak yapılaşmanın ve çevresel tahribatın önlenmesi, geleneksel yayla kültürünü yok edecek uygulamaların desteklenmemesi ve hayvancılık ile tarım faaliyetleriyle bütünleşmiş bir yayla turizmi modelinin geliştirilmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

Zaman (2007, s. 235), yayla turistini sıcaklığın fazla olduğu, yükseltisi az alanlardan daha serin ve ılıman iklim koşullarına sahip yaylalara yönelen bireyler olarak tanımlamaktadır. Öte yandan, yayla turisti kentleşmenin yarattığı stresten kaçış arayan, doğayla iç içe vakit geçirmeyi seven ve macera tutkunu bireyler olarak da kabul görmektedir (Kozak, 2007b, s. 176; Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2009, s. 187; Albayrak, 2013, s. 148). Bu çerçevede, yayla turizminin yalnızca iklimsel bir tercih olmaktan öte, bireylerin psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayan bir turizm türü olduğu görülmektedir. Somuncu vd. (2012, s. 34) ise yayla ziyaretçilerini yalnızca doğal güzellikler içinde vakit geçiren bireyler olarak değil, aynı zamanda dinlenme, konaklama, gezinti yapma, doğal ve kültürel alanları gözlemleme ve geleneksel yayla yaşamını deneyimleme gibi farklı motivasyonlara sahip turistler olarak değerlendirmektedir. Dolayısıyla yayla turizmi, hem doğanın sunduğu serin ve temiz hava gibi fiziksel avantajlardan yararlanmak isteyen bireyleri hem de geleneksel yaşam kültürünü keşfetmek, macera yaşamak ve doğayla bütünleşmek isteyen turistleri kapsayan geniş bir yelpazeye sahiptir.

Türkiye’de yaylalar, Akdeniz (Toroslar) ve Ege Bölgesi’nde (Bozdağlar) de yer almakla birlikte, yayla turizmi denildiğinde öncelikle Karadeniz Bölgesi akla gelmektedir. Özellikle Orta ve Doğu Karadeniz’de konumlanan Ayder Yaylası, Niksar Çamiçi Yaylası gibi destinasyonlar; yüksek ziyaretçi yoğunluğu, kontrolsüz yapılaşma ve altyapı yetersizlikleri nedeniyle ciddi çevresel baskılarla karşı karşıyadır (Gündüz ve Topaloğlu, 2016; Yıldız, Güzel ve Yeşil, 2023; Gündüz ve Atak, 2023). Bu durum, bölgedeki pek çok yayla alanının doğal peyzajını ve ekolojik dengesini tehdit etmektedir. Buna karşın, Ordu ili sınırlarında yer alan Perşembe Yaylası, turizme açılmasına rağmen büyük ölçüde doğallığını korumayı başarmış, sürdürülebilir kullanım açısından dikkat çeken örnek yaylalardan biri olarak öne çıkmaktadır. Hem ekolojik bütünlüğünü büyük ölçüde muhafaza etmesi hem de ziyaretçi potansiyelinin artış göstermesi, Perşembe Yaylası’nı bölge içinde ayrıcalıklı bir konuma taşımaktadır.

3. ARAŞTIRMA ÇERÇEVESİ

3.1. Araştırma Alanı: Perşembe Yaylası

Orta Karadeniz’de Ordu iline bağlı Aybastı ilçesine 17 km. uzaklıkta, deniz seviyesinden yaklaşık 1.500 m. yükseklikte bulunan Perşembe Yaylası’nı diğer yaylalardan ayıran en dikkat çekici özelliği, menderesleridir.

Yaylanın Kümbet mevkiinde, dağlardan inen akarsular, taşıdıkları malzemeyi yaylanın alçak kesimlerinde biriktirerek ilgi çekici menderesler meydana getirmiştir. Söz konusu menderesler, jeomorfolojik ve hidrojeolojik açıdan büyük bir bilimsel ve doğal miras değerine sahiptir. Saha aynı zamanda kuş türleri ve bitki örtüsü özellikleri bakımından bir sulak alan ekosistemi olma özelliği taşır ve korunması gereken bir doğa alanıdır. Yayla çevresindeki 420 hektarlık alan, 20 Eylül 1991 tarihli Bakanlar Kurulu kararıyla Turizm Merkezi ve Özel Koruma Alanı olarak ilan edilmiştir (Zaman, 2007, s. 219; Bulut, 2010, s. 8). Bu doğal oluşumların bir dünya mirası olarak korunması amacıyla tescil işlemleri sürdürülmüş 3 Ocak 2025 tarihli ve 32771 sayılı Resmî Gazete kararıyla "Doğal Sit-Nitelikli Doğal Koruma Alanı" ve "Doğal Sit- Sürdürülebilir Koruma ve Kontrollü Kullanım Alanı" olarak tescil edilmiştir (Resmigazete, 2025). Bu karar, yörenin doğal değerlerini koruma altına alarak gelecek nesillere aktarmaya hizmet eden önemli bir adımdır.

Yaylanın iklimi ve bitki örtüsü, Orta Karadeniz Bölgesi'nin kıyı gerisindeki alanlara özgü özellikler taşır. Aylık sıcaklık ortalamaları incelendiğinde, en soğuk ayda ortalama sıcaklığın 6-7°C, en sıcak ayda ise 23°C olduğu görülmektedir. Yaz aylarında sıcaklık 35°C'ye kadar çıkabilmektedir. Kar kalınlığı kış aylarında 1,5 metreye ulaşabilmekte olup, ilkbahar mevsimi en yağışlı dönemdir (Bulut, 2010, s. 9). Her yıl temmuz ayında düzenlenen yayla şenlikleri; çeşitli sosyal ve kültürel etkinlikler, folklor gösterileri, konserler, güreş müsabakaları ve at yarışlarını içermektedir. Ayrıca, bölge piknik, safari ve yamaç paraşütü gibi aktiviteler için oldukça uygundur. Yaylada tarihi ve doğal güzellikler de bulunmaktadır. Bunlar arasında Kümbetler, Çiseli Şelalesi ve Karga Tepesi örnek verilebilir.

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Ordu'nun Aybastı ilçesinde bulunan Perşembe Yaylası'nı ziyaret eden turistlerin deneyimlerini analiz ederek, destinasyon yönetimi ve sürdürülebilir turizm açısından önemli veriler sunmayı amaçlamaktadır. Günümüzde turist deneyimlerinin değerlendirilmesi, destinasyonların rekabet gücünü artırmada ve ziyaretçi memnuniyetini sağlamada kritik bir rol oynamaktadır. Özellikle turistik destinasyonların uzun vadede sürdürülebilir olması, ziyaretçi beklentilerini karşılayacak altyapı ve hizmetlerin sağlanmasına bağlıdır. Turistlerin çevrimiçi platformlarda paylaştığı yorumlar, destinasyon yöneticileri ve turizm işletmecileri için önemli bir geri bildirim kaynağıdır. Bu doğrultuda, Google platformundan elde edilen ziyaretçi yorumları, nitel veri analizi ile detaylı bir şekilde incelenmiştir. Araştırma, yalnızca Perşembe Yaylası'nın mevcut turizm potansiyelini belirlemeye yönelik değil, aynı zamanda bölgenin sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde nasıl geliştirilebileceğine dair öneriler sunmaya da odaklanmaktadır.

Bu araştırma hem turizm literatürüne hem de destinasyon yönetimi alanına önemli katkılar sağlamaktadır. Çevrimiçi kullanıcı yorumları, günümüzde turistik destinasyonların pazarlanmasında ve geliştirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Turizm sektöründe tüketiciler artık yalnızca pasif bir hedef kitle olmaktan çıkmış, aynı zamanda deneyimlerini paylaşarak destinasyonların gelişimine doğrudan etki eden aktif birer aktör haline gelmiştir. Bu bağlamda, Perşembe Yaylası'na ilişkin yapılan yorumların analizi, bölgenin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemeye olanak tanırken, destinasyon yönetimi stratejilerine yön vermektedir.

Ayrıca, sürdürülebilir turizm açısından bölgenin doğal ve kültürel değerlerinin korunması büyük önem taşımaktadır. Araştırmadan elde edilen veriler, yaylanın turistik çekiciliğini artırmak için hangi alanlarda iyileştirme yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Özellikle altyapı eksiklikleri, hizmet kalitesi ve ulaşım gibi konularda yapılan eleştiriler, destinasyon yöneticilerine somut veriler sunarak çözüm geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle çalışma yalnızca Perşembe Yaylası'nın mevcut turizm potansiyelini değerlendirmekle kalmayıp, aynı zamanda sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda bölgenin nasıl geliştirilebileceğine dair öneriler sunmaktadır. Turizm sektörünün giderek daha rekabetçi hale geldiği günümüzde, ziyaretçi memnuniyetini artırmaya yönelik yapılan bu tür araştırmalar, destinasyonların gelecekteki başarısı için kritik bir öneme sahiptir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, Perşembe Yaylası'nın ziyaretçi deneyimlerini derinlemesine anlamak ve destinasyon yönetimi ile sürdürülebilir turizm açısından önemli bilgiler sağlamak amacıyla nitel veri analizi yöntemlerini temel alarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemleri, özellikle ziyaretçi algılarını, deneyimlerini ve memnuniyet düzeylerini daha kapsamlı bir şekilde anlamaya olanak tanımaktadır. Elde edilen bulguların, destinasyonun pazarlanması ve geliştirilmesi açısından önemli ipuçları sunarken, aynı zamanda destinasyon yönetiminin iyileştirilmesine yönelik stratejik planlamalara da katkı sağlaması beklenmektedir.

3.3.1. Veri Toplama Teknikleri ve Analizi

Araştırmanın temel veri kaynağı, Google platformunda yer alan ziyaretçi yorumlarıdır. Google, turistlerin destinasyonlar hakkında görüşlerini en sık paylaştıkları platformlardan biri olduğundan, buradaki kullanıcı yorumları bölgenin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Çalışma kapsamında toplamda 503 ziyaretçi yorumu sistematik bir şekilde derlenmiştir. Bu yorumlar, ziyaretçilerin olumlu ve olumsuz deneyimlerini yansıtarak bölgenin turizm potansiyelini değerlendirmek için önemli veriler sunmaktadır. Araştırma sürecinde, içerik analizi yaklaşımı benimsenmiş ve Google platformunda Perşembe Yaylası ile ilgili paylaşılan toplam 503 ziyaretçi yorumu sistematik olarak incelenmiştir. Yorumların analizi sırasında kod sıklık hesaplama, kelime bulutu, kod alt kod modeli ve kod birlikte oluşum modeli gibi çeşitli tekniklerden yararlanılmıştır. Bu teknikler, ziyaretçilerin yayla ile ilgili algılarını ve deneyimlerini tematik olarak değerlendirmeyi mümkün kılmıştır.

Veri analizi sürecinde, nitel veri analizi yöntemleri kullanılarak yorumlar MAXQDA yazılımı ile detaylı bir şekilde incelenmiştir. İçerik analizi yöntemi, yorumların belirli temalar altında sınıflandırılmasına ve anlamlandırılmasına olanak tanımaktadır. Böylelikle, ziyaretçilerin yayla ile ilgili algıları ve deneyimleri daha derinlemesine analiz edilmiştir. Yorumların değerlendirilmesi sürecinde öncelikle tematik kodlama yöntemi kullanılarak her bir yorum detaylı bir şekilde incelenmiş ve ana temalar belirlenmiştir. Daha sonra, yorumlarda hangi temaların daha sık tekrarlandığını tespit etmek için kod sıklık hesaplama yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem, ziyaretçilerin en çok üzerinde durduğu konuların belirlenmesine yardımcı olmuştur. Yapılan analizlerde, kod alt kod modeli kullanılarak ana kodlar altında daha spesifik alt kodlar oluşturulmuş ve bu sayede detaylı bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra, kod birlikte oluşum modeli tekniği kullanılarak farklı kodların birlikte nasıl ortaya çıktığı incelenmiştir.

Ayrıca, ziyaretçilerin en çok kullandığı kelimelerin görsel bir temsili sağlamak amacıyla kelime bulutu analizi uygulanmıştır. Bu teknik, yorumlarda en fazla geçen kelimeleri belirleyerek ziyaretçilerin Perşembe Yaylası hakkındaki algılarını görselleştirmeye yardımcı olmuştur. Son olarak, elde edilen bulgular betimsel analiz yöntemi ile yorumlanarak, tematik olarak değerlendirilmiştir. Bu süreçte, ziyaretçilerin yayla ile ilgili algıları, deneyimleri ve memnuniyet düzeyleri detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Araştırmada kullanılan analiz teknikleri, ziyaretçi yorumlarında öne çıkan temaların belirlenmesini sağlamıştır. Kelime bulutu ve kod sıklık hesaplama yöntemleri, Perşembe Yaylası deneyimine dair genel bir çerçeve sunarken, kod alt kod modeli ana temalar ile bunlara bağlı alt temaları ortaya koymuştur. Kod birlikte oluşum modeli ise ziyaretçi yorumlarındaki farklı ana temalar arasındaki ilişkileri analiz etme imkânı sunmuştur.

3.3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, Perşembe Yaylası'na ilişkin çevrim içi kullanıcı deneyimlerini analiz eden özgün bir çalışma olmakla birlikte, bazı yöntemsel sınırlılıklar içermektedir. Öncelikle, veri kaynağı olarak yalnızca Google platformunda yer alan kullanıcı yorumları kullanılmıştır. Yorum sayısının fazlalığı nedeniyle daha güvenilir bir analiz sağlamak amacıyla, son iki yıl içerisinde paylaşılmış ve Google Rehberleri kokardına sahip kullanıcılar tarafından yazılmış yorumlar analiz kapsamına alınmıştır. Bu kullanıcıların genellikle daha bilinçli ve detaylı geri bildirimlerde bulunmaları, yorumların niteliksel derinliğini artırmıştır. Ancak bu tercih, platformlar arası çeşitliliği sınırlandırmakta ve bazı kullanıcı gruplarının görüşlerinin dışarıda kalmasına neden olabilmektedir. Bunun yanı sıra, araştırma yalnızca nitel analiz tekniklerine dayanmaktadır. Kodlama, içerik analizi ve betimsel yorumlama gibi yöntemlerle anlamlı sonuçlara ulaşılmış olsa da, bulguların nicel verilerle desteklenmemesi, genellenebilirlik açısından sınırlayıcı bir unsur oluşturabilir. Son olarak, çevrim içi yorumların gönüllülüğe dayalı doğası, bazı ifadelerin öznel veya abartılı olmasına yol açabilmektedir. Ancak bu durum, MAXQDA yazılımı ile yürütülen sistematik analiz süreci sayesinde metodolojik olarak dengelenmeye çalışılmıştır.

3.3.3. Etik Beyan

Bu çalışmada kullanılan veriler, herkese açık olarak Google platformunda paylaşılan ziyaretçi yorumlarından oluşmaktadır. Katılımcılardan doğrudan veri toplanmadığı, müdahale içermediği ve veriler anonim biçimde analiz edildiği için etik kurul onayı gerekmemektedir. Araştırma sürecinde bilimsel etik kurallara titizlikle uyulmuş; yorumlar bağlamından koparılmadan, yorum sahiplerinin kimlik bilgileri gizli tutularak değerlendirilmiştir. Kişisel verilerin gizliliği ve mahremiyetin korunması ilkelerine azami özen gösterilmiştir.

4. BULGULAR

Elde edilen veriler, Perşembe Yaylası'na yönelik çevrim içi kullanıcı yorumlarının genel olarak olumlu bir izlenim taşıdığını göstermektedir. Tablo 1'de yer alan tematik dağılıma göre, yorumların %53,25'lik kısmı olumlu niteliktedir ve bu oran tüm temalar arasında en yüksek değeri oluşturmaktadır. Bu bulgu, destinasyonun ziyaretçiler nezdinde yüksek düzeyde memnuniyet oluşturduğuna ve genel algının pozitif yönde şekillendiğine işaret etmektedir. Ayrıca, destinasyonun doğal güzellikleri, huzurlu atmosferi ve fiziksel erişilebilirliği gibi öne çıkan unsurların, ziyaretçilerin yorumlarında sıkça vurgulandığı da nitel analizle desteklenmektedir.

Tablo 1. Ana Temalar ve Sıklık Değerleri

Ana Temalar	Frekans	Yüzde %
Olumlu Yorumlar	442	53,25
Olumsuz Yorumlar	113	13,61
Tavsiyeler	172	20,73
Bilgi Verme	103	12,41
Toplam Kodlama Sayısı	830	100
Toplam Kodlanmış Belge Sayısı	503	

Tavsiyeler teması %20,73 oranıyla ikinci sırada yer almakta ve bu da memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu destinasyonlarda sık karşılaşılan bir durumdur. Ziyaretçilerin öneri ve yönlendirme içeren ifadeleri, hem destinasyona yönelik olumlu bağ kurduklarını hem de sonraki ziyaretçiler için katkı sunma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu yönüyle, tavsiyeler teması, kullanıcı etkileşiminin sadece deneyim aktarma değil, aynı zamanda bilgi paylaşımı ve destinasyon gelişimine katkı sağlama işlevi gördüğünü ortaya koymaktadır. Olumsuz yorumlar toplamın yalnızca %13,61'ini oluşturmakta ve bu da destinasyona yönelik eleştirel ifadelerin görece sınırlı kaldığını göstermektedir. Bu durum, genel memnuniyet düzeyinin yüksekliğiyle örtüşmektedir. Ancak olumsuz yorumlar, sürdürülebilir destinasyon yönetimi açısından göz ardı edilmemesi gereken yapıcı geri bildirimler içerebilir. Özellikle altyapı eksiklikleri, yoğunluk, ulaşım veya çevresel temizlik gibi sorun alanlarının bu başlık altında incelenmesi, destinasyon kalitesini artırma açısından önemli fırsatlar sunmaktadır.

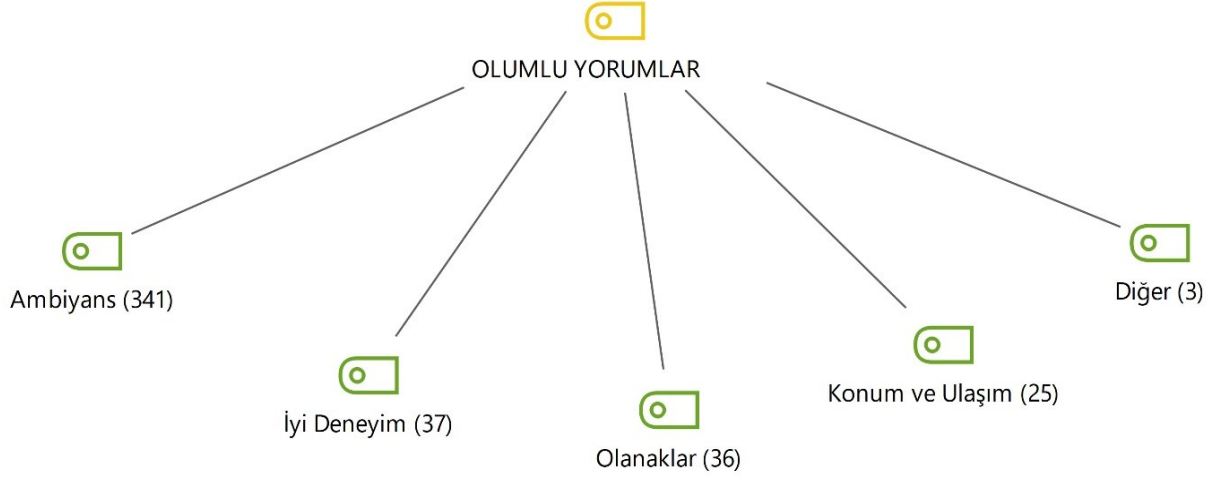
Son olarak, bilgi verme teması, %12,41 ile en düşük paya sahiptir. Bu tema kapsamında yer alan yorumlar, destinasyon hakkında genel bilgiler, yol tarifleri, hava durumu, tesis bilgisi gibi içeriklerden oluşmaktadır. Bu içerikler genellikle objektif bilgi paylaşımını içermekle birlikte, kullanıcıların daha çok kişisel deneyimlerini aktarmayı tercih ettikleri görülmektedir. Yine de, bu tür yorumlar potansiyel ziyaretçiler için bilgilendirici bir rol üstlenmektedir. 503 farklı kullanıcı yorumunun analizinden elde edilen bu tematik dağılım, Perşembe Yaylası'nın çevrim içi ortamda güçlü bir pozitif destinasyon imajı oluşturduğunu göstermektedir. Olumlu yorumların baskınlığı, destinasyonun marka değerini artırmakta; tavsiye ve bilgi içerikli yorumlar ise kullanıcılar arası dijital bilgi akışını desteklemektedir. Olumsuz yorumlar ise destinasyon yönetimi için geri bildirim ve iyileştirme fırsatları sunmaktadır.

4.1. Kullanılan Kelime Sıklığına Ait Bulgular

Kelime bulutu, tüm kullanıcı yorumlarında öne çıkan tematik ifadeleri görsel ve bütüncül bir biçimde sunması bakımından önemli bir analiz aracıdır. Şekil 1, ziyaretçilerin Perşembe Yaylası'na ilişkin çevrim içi yorumlarında en sık kullandıkları ifadeleri ortaya koymakta ve destinasyona dair algısal eğilimler hakkında anlamlı ipuçları sunmaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda, "güzel", "doğa", "muhteşem", "manzara", "harika", "temiz" ve "mükemmel" gibi pozitif nitelikli ifadelerin belirgin biçimde öne çıktığı görülmektedir. Bu durum, yaylanın doğal güzellikleri, temiz havası ve görsel peyzajı ile ziyaretçiler üzerinde güçlü ve olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir. Ayrıca, gastronomiye ve aile dostu etkinliklere yönelik ifadelerin de kullanıcı yorumlarında yer alması, destinasyonun yalnızca doğa temelli değil, aynı zamanda çok boyutlu bir deneyim alanı sunduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan, kelime bulutunda daha az sıklıkla yer alan eleştirel ifadeler ise destinasyon yönetimi açısından dikkat edilmesi gereken geliştirme alanlarına işaret etmektedir.

Görselde en büyük puntolarla yer alan "güzel", "doğası", "manzara", "temiz", "mükemmel", "harika" ve "muhteşem" gibi sıfatlar, Perşembe Yaylası'nın ziyaretçiler üzerinde bıraktığı pozitif izlenimi açıkça ortaya koymaktadır. Bu ifadelerin sıklığı, yorumların büyük kısmının olumlu olduğunu ve yaylanın görsel, doğal ve

Şekil 2. Olumlu Yorumlar Ana Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli

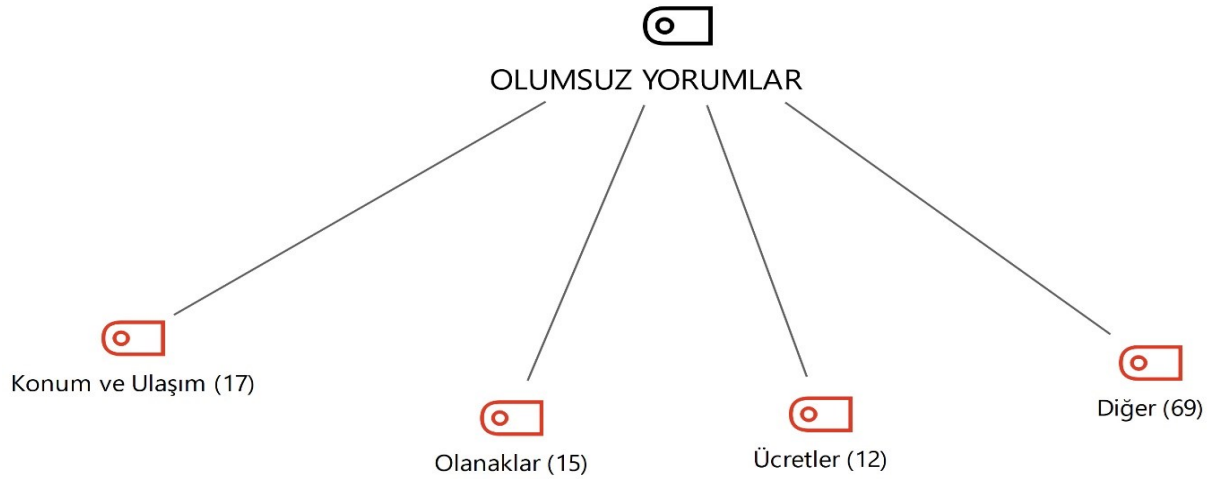


Konum ve ulaşım teması ise sahile uzaklık ve konumun özellikleri olmak üzere iki alt başlık içermektedir. Perşembe Yaylası'nın sahilden uzak olmakla birlikte ulaşımının çok zor olmadığı ve yol güzergâhının etkileyici manzaralar sunduğu, "yemyeşil doğa", "süper manzara", "düzgün yollar" gibi yorumlardan anlaşılmaktadır.

4.2.2. Olumsuz Yorumlar Ana Teması

Olumlu yorumlara kıyasla daha az sayıda olmakla birlikte, bazı ziyaretçiler tarafından olumsuz yorumlar da dile getirilmiştir. Bu olumsuz yorumların hangi konularda yoğunlaştığını belirlemek, sunulan hizmetlerin geliştirilmesi açısından önemli bir adım teşkil etmektedir. Olumsuz yorumlar ana temasında toplamda 113 kodlama yapılmış olup, bu kodlamalar dört alt temada sınıflandırılmıştır.

Şekil 3. Olumsuz Yorumlar Ana Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli



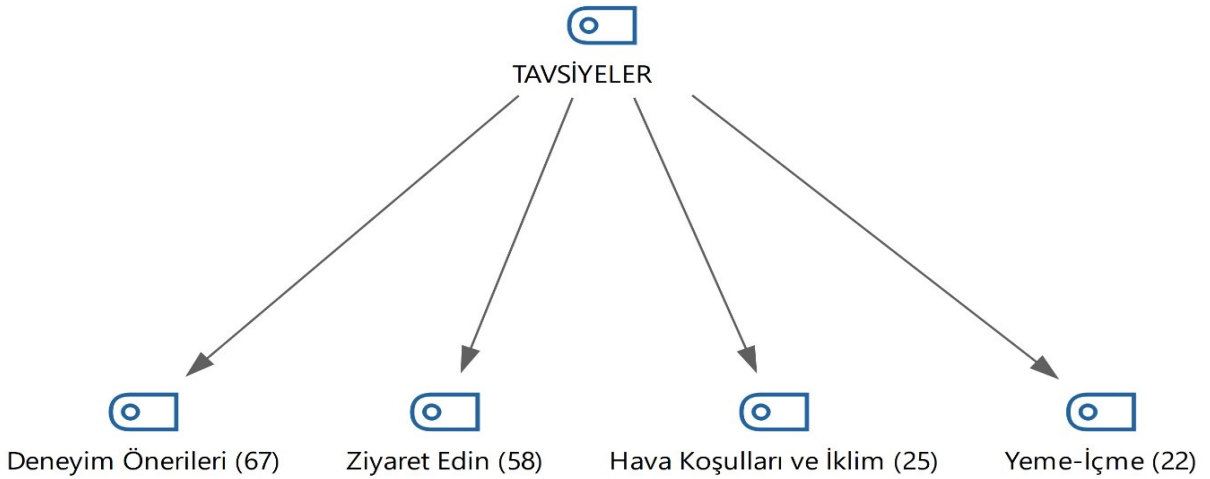
Şekil 3'te görüldüğü üzere olumsuz yorumlar ana teması altında sıklık değeri sırasıyla diğer, konum ve ulaşım, olanaklar ve ücretler yer almaktadır. Çarpıcı bir şekilde öne çıkan alt tema, "diğer" olup bu alt temanın öne çıkışı da başıboş sokak köpeklerinden oluşan şikâyetlerden kaynaklanmaktadır. "Her yer sokak köpeği", "başıboş köpekler" ve "köpekler fırsat vermiyor" gibi söylemler yorumlar içerisinde fazlasıyla bulunmaktadır. Ayrıca düzensizlik, altın madeni çalışmaları, göle atık su bırakılması ve insan yoğunluğu gibi konular diğer alt teması kapsamında değerlendirilmiştir. Konum ve ulaşımaya yönelik alt tema; Perşembe Yaylası'nın sahile ve il merkezine uzaklığı, yolların dar ve virajlı oluşu, sisli havalarda etrafın görünmemesi gibi durumları içermektedir. Bu alt tema bağlamında "yollar kötü", "yol zahmetine değmez", "merkeze çok uzak" vb. yorumları bulmak mümkündür.

Olumlu yorumlar temasının da alt teması olarak yer verilmiş olan olanaklar alt teması altında tuvaletler, yetersiz oturma alanı (kamelya vb.) ve ihtiyaçlar doğrultusunda beklenen hizmetlere ait olumsuz düşüncelere yer verilmiştir. Örneğin “tuvalet sıkıntılı”, “tuvaletler yetersiz” gibi ifadeler temel bir ihtiyacı dahi gideremeyecek kadar yayla olanaklarından duyulan memnuniyetsizliği göstermektedir. Ayrıca yaylada bulunan göletle ilgili bir yıl öncesinde yapılan yorumlar gayet olumlu iken yakın zamanda yapılan yorumlar farklı bir memnuniyetsizliği ortaya koymaktadır. Bu duruma örnek olarak bir ziyaretçinin “Perşembe Yaylası’nın gölü kurumuş ve başka da hiçbir şey olmadığı için hiç beğenmedik” şeklinde yorumu gösterilebilir. Bu durumun sebebi olarak gölette yapılan temizlik çalışmaları nedeniyle suyun boşaltılmış olması gösterilebilir. Son olarak ücretler alt teması altında yiyecek-içecek ve tuvalet hizmetlerine dair ücretlerin yüksekliği dile getirilmiştir.

4.2.3. Tavsiyeler Ana Teması

Ziyaretçilerin deneyimlerini paylaşma ve önerilerde bulunma eğilimi, potansiyel ziyaretçilerin karar süreçlerini etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle sosyal medya platformları, turistlerin deneyimlerini aktardıkları ve diğer kullanıcılarla etkileşimde bulundukları mecralar olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda Şekil 4’te tavsiyeler ana temasına ait kod alt kod modeli yer almaktadır. Olumlu yorumlar ana temasından sonra ikinci sırada yer alan tavsiyeler ana teması, Perşembe Yaylası’nın ziyaret edilmesi gereken çok güzel bir yer olduğunu vurgulayan ve potansiyel ziyaretçilerin deneyimlerini zenginleştirebilecek çeşitli önerileri işaret eden yorumları içermektedir.

Şekil 4. Tavsiyeler Ana Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli



Yorumlardaki tüm tavsiye kodları sıklık değeri sırasıyla deneyim önerileri, ziyaret edin, hava koşulları ve iklim, yeme içme alt temalarında sınıflandırılmıştır. İlk sırada yer alan "deneyim önerileri" alt temasında yaylada yapılması tavsiye edilen aktiviteler öne çıkmaktadır. Özellikle yaylada bulunan doğal güzelliklerin keşfi, menderesler ve karga tepesinin ziyaret edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu öneri, yaylanın doğal dokusunu daha iyi anlamak ve ziyaretçi deneyimini daha anlamlı hâle getirmek açısından değerli bir rehber niteliğindedir. Ayrıca doğal yöresel ürünlerin alınması, et ızgara yenilmesi, gölde su bisikletine binilmesi ve konaklama yapılması da deneyim önerileri içerisinde yer almaktadır. Bir ziyaretçi yorumu şu şekildedir; “Doğal yöresel ürünleri makul fiyata bulabilirsiniz.” Tavsiye ana teması altında ikinci sırada bulunan "ziyaret edin" alt teması, yaylanın büyüleyici doğası ve eşsiz atmosferiyle muhakkak görülmesi gereken bir yer olduğuna vurgu yapan görüşlerden oluşmaktadır. Bu görüş, ziyaretçilerin yayladan etkilenerek başkalarına aynı deneyimi yaşama fırsatını bildirme arzusunu yansıtmaktadır. Hava koşulları ve iklim konusunda da ziyaretçi tavsiyeleri bulunmaktadır. “Esintiye karşı yanınızda hırka benzeri bir kıyafet bulundurun”, “mevsim birden değişip rüzgâr çıkıyor” ve “sakın mont vs. almadan yaz ayı nasılsa deyip hata yapmayın” şeklindeki yorumlar ziyaret öncesi hazırlıklı olunmasına yönelik tavsiye niteliğindedir.

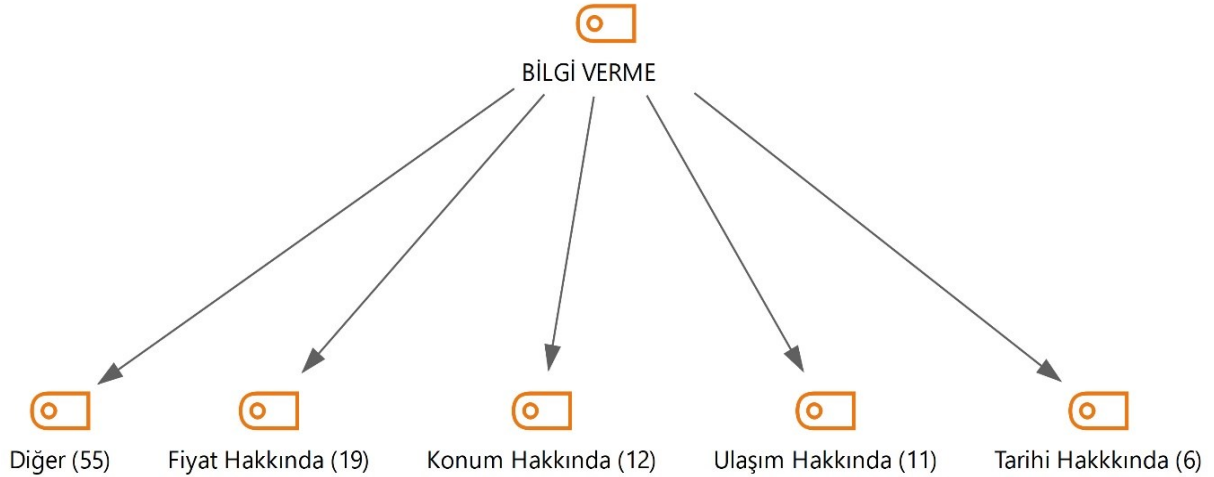
4.2.4. Bilgi Verme Ana Teması

Ziyaretçilerin ziyaretleri esnasında veya sonrasında yorum yazma niyetlerinden biri de potansiyel ziyaretçilere bilgi vermektir. Söz konusu bilgi aktarımı Perşembe Yaylası’nın tarihi, ulaşımı, konumu, hizmet fiyatları ve diğer

çeşitli konular hakkında olup oluşturulan kodların diğer temalarla da yakın ilişkisi olabilmektedir. Dolayısıyla bazı kodların bilgi verme temasıyla beraber araştırmanın diğer temalarına dağılımının sağlandığı durumlar da gerçekleşmiştir (Şekil 5). Diğer alt teması bilgi verme ana teması içerisinde açık ara en önde gelmektedir ki bunun içinde tuvalet konusu öne çıkmaktadır. Yorumlarda sıklıkla tuvaletlerin hem sayı hem de temizlik açısından beklentileri karşılamadığı bilgisinin potansiyel ziyaretçilere aktarılacak istendiği anlaşılmaktadır. Bu olumsuz bilgilendirmenin haricinde ziyaretçiler, Perşembe Yaylası'nın eşsiz doğası ve sahip olduğu geleneksel yayla kültüründen sıklıkla bahsetmiştir. Özellikle yaylanın konumu, yeşil doğası, meşhur menderesleri, sunduğu eşsiz manzaralar üzerinde yorumlar bulunmaktadır.

Ayrıca potansiyel ziyaretçiler için değerli bir bilgi olduğu üzere sıklıkla ulaşım konuda bilgi verildiği görülmektedir. Ziyaretçilerin sahilden yaylaya ulaşım süresi ve yol durumu hakkında bilgiler paylaşılmıştır. Yaylanın güzel havalarda rahat bir ulaşımına sahip olduğu, ancak yağmur ya da sis nedeniyle dikkatli olunması gerektiği ziyaretçilerin sıklıkla belirttiği konulardır. Bununla birlikte yaylanın, özellikle çevre il ve ilçelerden gününbirlik ziyaretler için uygun bir destinasyon olduğu vurgulanmıştır. Ulaşım gibi fiyat konusu da potansiyel ziyaretçilerin karar alma süreçlerinde etkilidir. Dolayısıyla ziyaretçiler yorumlarında özellikle yiyecek-içecek işletmelerinin fiyatlama politikası hakkında bilgilere yer vermiştir. Yeme içme hizmetleri açısından fiyatların genellikle makul bulunduğu belirtilirken bazı mekânlarda fiyatları pahalı bulunduğu da dile getirilmiştir.

Şekil 5. Bilgi Verme Temasına İlişkin Kod Alt Kod Modeli



4.3. Ziyaret Edin Kod Birlikte Oluşum Modeli Analiz Bulguları

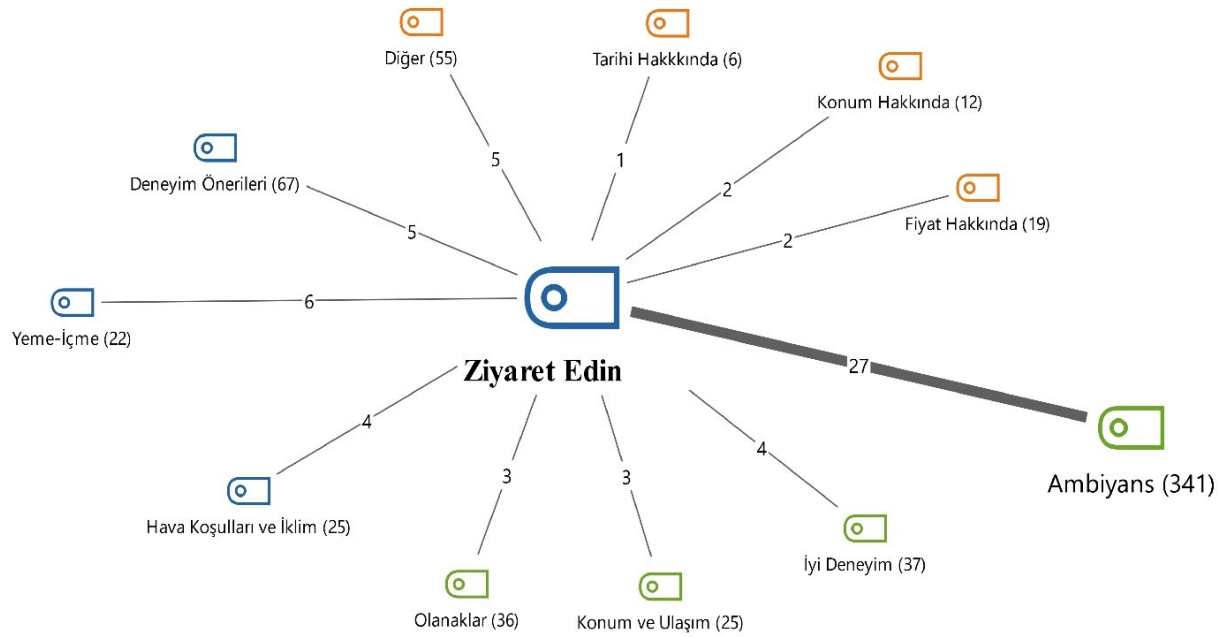
Bu çalışmada temalaştırılarak sunulan tüm yorumlar, potansiyel ziyaretçilerin Perşembe Yaylası'nı ziyaret etme ya da etmeme kararında başvurdukları referans veriler niteliğindedir. Bu bağlamda, "ziyaret edin" yönünde tavsiyede bulunan kullanıcıların hangi temalar doğrultusunda görüş bildirdiklerinin incelenmesi önemli bir araştırma alanı sunmaktadır. Şekil 6'da yer alan Kod Birlikte Oluşum Modeli, "ziyaret edin" tavsiyesi ile ilişkili temaların bir arada nasıl ortaya çıktığını göstermektedir. Model, çevrim içi yorumlarda yer alan temaların birbirleriyle olan ilişkilerini analiz ederek, ziyaret önerisinin arkasında yatan algı yapılarını daha iyi anlamamıza olanak tanır.

Modelin ortaya koyduğu bulgulara göre, "ziyaret edin" yönündeki tavsiyelerin temelinde Perşembe Yaylası'nın ambiyansı belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Yaylanın doğal güzellikleri ve huzur verici atmosferi, birçok kullanıcının yorumlarında kendine yer bulmuştur. Örneğin, "Temiz, mis gibi havası var. Bence görülmeye değer, kafa dinlemelik" ve "Menderesleri ve uçsuz bucaksız manzarasıyla görülmeye değer bir yayla" gibi ifadeler, bu algının tipik örneklerindendir. Dolayısıyla, bu model yalnızca ziyaret önerisinin sıklığını değil, aynı zamanda bu önerilerin hangi tematik bağlamlarda ortaya çıktığını da açıklamaktadır. Bu sayede ziyaretçilerin algı biçimleri ve karar verme süreçleri daha kapsamlı bir şekilde anlaşılabilir.

Şekil 6'da yer alan Kod Birlikte Oluşum Modeli, "ziyaret edin" tavsiyesi ile ilişkili temaların bir arada nasıl ortaya çıktığını göstermektedir. Model, çevrim içi yorumlarda yer alan temaların birbirleriyle olan ilişkilerini analiz ederek, ziyaret önerisinin arkasında yatan algı yapılarını daha iyi anlamamıza olanak tanır.

Modelin ortaya koyduğu bulgulara göre, “ziyaret edin” yönündeki tavsiyelerin temelinde Perşembe Yaylası’nın ambiyansı belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Yaylanın doğal güzellikleri ve huzur verici atmosferi, birçok kullanıcının yorumlarında kendine yer bulmuştur. Örneğin, “Temiz, mis gibi havası var. Bence görülmeye değer, kafa dinlemelik” ve “Menderesleri ve uçsuz bucaksız manzarasıyla görülmeye değer bir yayla” gibi ifadeler, bu algının tipik örneklerindendir. Dolayısıyla, bu model yalnızca ziyaret önerisinin sıklığını değil, aynı zamanda bu önerilerin hangi tematik bağlamlarda ortaya çıktığını da açıklamaktadır. Bu sayede ziyaretçilerin algı biçimleri ve karar verme süreçleri daha kapsamlı bir şekilde anlaşılabilir.

Şekil 6. Ziyaret Edin Tavsiyesine İlişkin Kod Birlikte Oluşum Modeli



Merkez kod olarak belirlenen “Ziyaret Edin” ifadesi, ziyaretçilere doğrudan öneri içeren yorumları temsil etmekte ve analizde merkezi bir rol oynamaktadır. Bu kod, özellikle “Ambiyans” temasıyla güçlü bir birlikte oluşum sergilemektedir. Nitekim “Ambiyans” kodu toplamda 341 kez geçerken, “Ziyaret Edin” koduyla 27 bağlantı kurarak en güçlü ilişkiyi ortaya koymuştur. Bu bulgu, ziyaret önerilerinin büyük ölçüde mekânsal atmosfer, doğal güzellikler, manzara ve sessizlik gibi estetik öğelerle ilişkili olduğunu göstermektedir. Ziyaretçilerin bir destinasyona yönelik olumlu görüşleri çoğunlukla bu ambiyans unsurlarına dayanmaktadır. Bu durum, destinasyon pazarlaması açısından çevresel ve duygusal özelliklerin ön plana çıkarılması gerektiğine işaret eder. Ayrıca, “Deneyim Önerileri” teması (67 yorum, 5 bağlantı) ziyaretçilerin kişisel deneyimlerini paylaşarak başkalarının kararlarını etkilediğini gösterirken; “Yeme-İçme” teması (22 yorum, 6 bağlantı) gastronomik unsurların da destinasyon tercihlerinde önemli bir etken olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, “İyi Deneyim” teması (37 yorum, 4 bağlantı) pozitif deneyimlerin ziyaret tavsiyeleriyle sonuçlandığını vurgulamakta, bu da ziyaret memnuniyeti ile öneri davranışı arasında güçlü bir bağ bulunduğunu göstermektedir. Diğer yandan, “Hava Koşulları ve İklim”, “Olanaklar” ve “Konum ve Ulaşım” gibi temalar daha düşük sıklıkla da olsa öneriyle ilişkilendirilmiş; “Tarih”, “Konum” ve “Fiyat” gibi rasyonel kodlar ise oldukça sınırlı düzeyde yer bulmuştur. Bu genel tablo, ziyaret tavsiyelerinin ağırlıklı olarak deneyimsel, duygusal ve estetik unsurlar üzerinden şekillendiğini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, bu model, ziyaretçi memnuniyetinin ve tavsiyeye dönüşmesinin temel belirleyicisinin ambiyans olduğunu açıkça göstermektedir. Bu nedenle destinasyon yönetimi ve tanıtım stratejilerinde doğal ve estetik değerlerin görsel ve duygusal biçimlerde öne çıkarılması, yeme-içme ve deneyim paylaşımlarının desteklenmesi, ayrıca olumlu deneyimlerin dijital mecralarda görünür kılınması büyük önem taşımaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kozak (2007b), yayla turizmini doğayla iç içe olmak isteyen macera severlerin genellikle gününbirlik veya kısa süreli konaklama amacıyla yüksek rakımlı alanlarda gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleri olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre yayla turizmi, doğayla uyumlu bir yaşam arayanların tercih ettiği, yüksek düzlüklerde yapılan bir etkinliktir. Bu araştırmada, yayla turizmi ziyaretçilerinin ziyaret sonrası gerçekleştirdikleri yorumlar vasıtasıyla deneyimleri üzerine bir değerlendirme gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Perşembe Yaylası ziyaretçilerinin çevrim içi yorumları analize tabi tutulmuştur. Yapılan incelemeler sonucunda, yorum içeriklerinin; yaylanın olumlu ve olumsuz özelliklerini aktarma, yayla hakkında bilgi verme ve tavsiye sunma yönünde olduğuna ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgular, Perşembe Yaylası'nın doğal güzellikleri, huzurlu atmosferi ve etkileyici manzaralarının ziyaretçiler üzerinde güçlü bir olumlu izlenim bıraktığını ortaya koymaktadır. Özellikle yorumların %53,25'inin olumlu içerikli olması, destinasyonun yüksek beğeni kazandığını göstermektedir. Bu memnuniyetin davranışsal bir çıktıya dönüştüğü görülmektedir; zira yorumların %20,72'si doğrudan tavsiye niteliğindedir. Bu sonuç, ziyaretçilerin yalnızca deneyimlerinden memnun kaldıklarını değil, aynı zamanda bu deneyimi başkalarına da önermeye istekli olduklarını göstermektedir. Bu bulgular, ziyaretçi memnuniyetinin tekrar ziyaret ve öneri davranışları üzerindeki etkisini vurgulayan mevcut literatürle örtüşmektedir (Türkmen vd., 2018; Koç ve Eren, 2021; Mancı, 2022).

Her ne kadar Perşembe Yaylası ziyaretçilerinin tavsiye niyetine yansımış memnuniyet düzeyleri yüksek olsa da yorumlara yansımış bazı olumsuz görüşlerin varlığı da kabul edilmelidir. Bu kabul hem yayla turistlerinin beklentilerini anlamak hem de destinasyon karar mercilerinin sorumlulukları adına önem arz etmektedir. Bu bağlamda ifade edilebilir ki ziyaretçiler tarafından belirli altyapı eksiklikleri, hizmet kalitesi ve fiyat politikalarına ilişkin olumsuz geri bildirimler tespit edilmiştir. Ayrıca tuvalet imkânının sayıca ve hijyen standartlarını karşılaması bakımından yetersizliği ile başıboş sokak köpeklerinin oluşturduğu güvensiz ortam da sıklıkla dile getirilen olumsuzluklar olarak öne çıkmış durumdadır. Özellikle tuvalet konusundaki şikâyetin bölgenin yayla destinasyonlarında profesyonel hizmet yaklaşımının henüz oturtulamamasından kaynaklandığını ifade etmek mümkündür. Bu bulgular, turistik destinasyonlarda temel altyapı ve hizmet kalitesinin sürdürülebilir memnuniyet için kritik olduğunu bir kez daha göstermektedir. Benzer sorunların yakın bölgedeki Kulakkaya Yaylası'nda da görülmesi (Sezer ve Kılıç, 2015, s. 15) bölgesel düzeyde sistematik eksikliklere işaret etmektedir. Gerek hijyen gerekse de güvenliğin bir turistin temel beklentileri içerisinde yer alıyor olması ulaşılan sonucu destinasyon için tolere edilebilir olmaktan uzaklaştırdığı düşünülmektedir.

Ziyaretçilerin çevrim içi yorum yapma motivasyonları yalnızca deneyimlerini olumlu ya da olumsuz biçimde değerlendirmekle sınırlı değildir; aynı zamanda potansiyel ziyaretçilere bilgi sağlama ve rehberlik etme amacı da taşımaktadır. Bu doğrultuda, çalışmada ortaya çıkan bir diğer ana tema "bilgi verme" olarak belirlenmiştir. Yaylanın konumu, ulaşım olanakları, fiyat düzeyleri ve hava koşulları gibi konularda paylaşılan bilgiler, diğer ziyaretçilerin gezi planlarını daha bilinçli şekilde yapmalarına katkı sağlamaktadır. Özellikle yaylanın serin ve rüzgârlı havasına dikkat çekilerek kalın kıyafet getirilmesi yönündeki uyarılar sıkça dile getirilmiştir. Ayrıca tuvaletlerle ilgili olumsuzluklar da bilgilendirme amacıyla vurgulanan başlıca konular arasındadır. Bu bulgular, ziyaretçilerin yalnızca deneyim aktarmakla kalmayıp, aynı zamanda destinasyon hakkında yönlendirici bilgiler sunarak diğer turistlere güvenilir bir kaynak olduklarını göstermektedir. Nitekim bilgi paylaşımının potansiyel turistler üzerindeki güven artırıcı ve etkileyici rolü daha önceki araştırmalarla da ortaya konmuştur (Shani vd., 2010, s.117; Hankinson, 2004, s.117).

Sabur ve Cömert (2024), Perşembe Yaylası'nın gastronomik değerlerini ön plana çıkararak bölgenin ziyaretçi deneyimlerinde çeşitlilik sunduğunu belirtmektedir. Bu çalışmamızda incelenen çevrim içi yorumlarda yerel lezzetlere yapılan olumlu vurgular, gastronomi turizminin yayla destinasyonundaki rolünü desteklemektedir. Wang vd. (2024) yayla ekoturizmi bağlamında turist davranışları yalnızca fiziksel çevre koşullarıyla değil, aynı zamanda bireysel tutumlar, çevresel duyarlılık, kültürel otantiklik ve sosyal normlarla da derinleştiğini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, Perşembe Yaylası'na dair çevrim içi yorumlarda gözlenen 'doğallık', 'huzur' ve 'yerel lezzet' gibi temaların önemini anlamada açıklayıcıdır. Perşembe Yaylası'na yönelik çevrim içi yorumlarda gözlemlenen çevresel farkındalık ve doğallığı koruma talepleri, ziyaretçilerin içsel psikolojik süreçlerinin birer dışavurumu olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak, Perşembe Yaylası, doğal güzellikleri ve sunduğu geleneksel yayla deneyimi ile önemli bir turizm destinasyonu konumundadır. Ancak araştırma bulgularına göre, bu destinasyonda bazı alanlarda iyileştirmelere ihtiyaç duyulduğu açıkça ortaya çıkmaktadır. Özellikle tuvalet sayısının artırılması, hijyen standartlarının yükseltilmesi, fiyat politikalarının gözden geçirilerek tuvalet ve yiyecek ücretlerinin daha makul seviyelere çekilmesi önemli gereklilikler arasındadır. Ayrıca başıboş sokak köpeklerine yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi, çevre düzenlemesinin sağlanması, göletin su seviyesinin korunması ve yolların daha güvenli hale getirilmesi gibi konular, ziyaretçi deneyiminin iyileştirilmesi açısından öncelikli olarak ele alınmalıdır.

Araştırma bulguları doğrultusunda Perşembe Yaylası'nda ziyaretçi deneyimini artırmaya yönelik çeşitli somut öneriler geliştirilmiştir. Altyapı eksikliklerinin giderilmesi bu kapsamda büyük önem taşımaktadır. Tuvaletlerin sayıca artırılması ve hijyen ile erişilebilirlik açısından iyileştirilmesi, ziyaretçilerin temel beklentilerini karşılamak açısından kritik bir adımdır. Bunun yanında, başıboş sokak köpeklerinin yarattığı güvenlik sorunu, yerel yönetimler tarafından denetim ve barınak uygulamaları ile çözüme kavuşturulmalıdır. Fiyat politikalarının yeniden değerlendirilerek yiyecek ve hizmet bedellerinin daha erişilebilir seviyelere çekilmesi, destinasyonun genel ulaşılabilirliğini artıracaktır. Gölet çevresinin düzenlenmesi, su seviyesinin korunması, otopark ve yürüyüş yollarının daha güvenli hale getirilmesi de hem fiziksel güvenlik hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından gereklidir.

Gastronomi turizmi açısından ise yaylanın sunduğu yerel lezzetlerin tanıtımı önemli bir potansiyele sahiptir. Yerel ürünlerin markalaştırılması ve bölgeye özgü mutfağın öne çıkarıldığı tanıtım faaliyetleriyle gastronomi temelli turizm hareketliliği artırılabilir. Öte yandan, ziyaretçilerin çevrim içi yorumlarında yer alan bilgi ve önerilere dayanarak oluşturulacak dijital bir “Ziyaretçi Bilgilendirme Platformu”, potansiyel turistlerin planlamalarını kolaylaştırabilecek etkili bir rehberlik aracı olabilir. Bu öneriler, mevcut sorunlara çözüm sunmanın yanı sıra yayla turizmi destinasyonlarında sürdürülebilir ziyaretçi memnuniyetinin sağlanmasına da katkı sunmaktadır.

Bu çalışma, çevrim içi ziyaretçi yorumlarının sistematik içerik analizi yoluyla yayla turizmi literatürüne özgün bir katkı sunmaktadır. Özellikle Perşembe Yaylası özelinde yapılmış sınırlı sayıdaki çalışmalara ek olarak, gastronomi ve çevresel farkındalık temaları çerçevesinde güncel bir değerlendirme ortaya koymaktadır. Ancak araştırma yalnızca çevrim içi yorumlarla sınırlı kalmış, yüz yüze görüşme veya anket gibi yöntemlerle desteklenmemiştir. Ayrıca, çalışma tek bir destinasyon (Perşembe Yaylası) ile sınırlı olup, elde edilen veriler bazı demografik grupların görüşlerini yeterince yansıtmayabilir. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı yayla destinasyonlarında benzer yöntemlerle yürütülecek karşılaştırmalı çalışmalar, turist memnuniyetini etkileyen faktörlerin genellenebilirliğini test etme açısından önemlidir. Ayrıca yorumların mevsimsel ve dönemsel değişkenliği üzerine yapılacak derinlemesine analizler, turist davranışlarının zaman içindeki farklılaşmalarını ortaya koyma bakımından anlamlı katkılar sunabilir.

Araştırma, Perşembe Yaylası'nın turist memnuniyeti sağlamadaki durumuna ışık tutmakta ve yayla turistlerinin memnuniyet düzeyine etki eden faktörleri ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular değerli olmakla birlikte, genellenebilir sonuçlar sunma açısından sınırlıdır. Bu nedenle, turist memnuniyetine etki eden değişkenlerin daha geniş örneklem ve farklı yayla destinasyonları üzerinden incelendiği çalışmaların yürütülmesi gerekli görülmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Akoğlu Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2009). *Özel ilgi turizmi* (1. Baskı). Detay Yayınları.

Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm* (1. Baskı). Detay Yayınları.

Alrawadieh, Z. ve Demirkol, Ş. (2015). Konaklama işletmelerinde e-şikâyet yönetimi: İstanbul'daki beş yıldızlı oteller üzerinde bir çalışma. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 132-151.

- Ateş, A. ve Sunar, H. (2019). İvriz kültürel peyzajı alanının çevrimiçi ziyaretçi yorumları ile analizi: Google haritalar örneği: Ereğli. *International Science and Academic Congress* (s. 333-337), Konya, Türkiye.
- Aymankuy, Y., Soydaş, M. E. ve Saçlı, Ç. (2013) Sosyal medya kullanımının turistik tüketicilerin tatil kararlarına etkisi: Akademik personel üzerinde bir uygulama, *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 376-397.
- Baloglu, S. ve McCleary, K.W. (1999) A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26, 868-897. [https://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Bandura, A. (2002). Social cognitive theory in cultural context. *Applied Psychology: An International Review*, 51(2), 269-290.
- Belber, B. G. ve Eker, S. (2022). Sosyal medyanın destinasyon tercihinin etkisi: Kapadokya örneği. *Yeni Medya*, 12, 205-233. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1090256>
- Bilim, Y., Başoda, A. ve Özer, Ö., (2013). Elektronik tüketici yorumlarının nitel çözümlemesi ve pazarlama bilgi aracı olarak kullanımı: Tatil otellerine yönelik bir uygulama, *14.Ulusal Turizm Kongresi* (s. 387-407), Kayseri, Türkiye.
- Buluk Eşitti B. (2019). Destinasyonlarda tüketici davranışları. B. Suna, (Ed). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması* içinde (s. 207-234). Detay Yayıncılık.
- Bulut, İ. (2010) Aybastı (Ordu) şelale ve çağlayanları, *Coğrafya Dergisi*, 20, 1-14.
- Cheung, M. L., Pires, G. ve Rosenberger, P. J. (2020), The influence of perceived social media marketing elements on consumer-brand engagement and brand knowledge. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(3), 695-720. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2019-0262>
- Civelek, M. ve Dalgın, T. (2013). Turizm pazarlamasında sosyal medya, turizm işletmeleri üzerine bir araştırma: Muğla örneği, *14. Ulusal Turizm Kongresi*, (s. 266-282), Kayseri, Türkiye.
- Cox, C., Burgess, S., Sellitto, C. ve Buultjens, J. (2009). The role of user-generated content in tourists' travel planning behavior. *Journal of Hospitality Marketing ve Management*, 18(8), 743-764.
- Çekal, N. ve Gündüz, H. (2015). Tripadvisor sitesindeki yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik yorumların değerlendirilmesine ilişkin bir araştırma: Denizli örneği, *1. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC2015)* (s. 365-371), Konya, Türkiye.
- Çuhadar, Y. (2025). Yayla turizmine yönelik ziyaretçi şikâyetlerinin incelenmesi: Ayder Yaylası üzerine nitel bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 160, 201-219 <https://doi.org/10.29228/ASOS.79845>
- Demiral, A. B. (2019). Turistik destinasyon olarak Kars'ın tercih edilmesinde sosyal medya paylaşımlarının motivatör etkisi: Doğu Ekspresi örneği. *Social Sciences Studies Journal*, 5(49), 6174-6187.
- Doğanay, H. ve Coşkun, O. (2014). Türkiye yaylacılığındaki değişme eğilimleri ve başlıca sonuçları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18(30), 1-28.
- Doğanay, H. ve Orhan, F. (2024). *Türkiye beşeri coğrafyası* (8. Baskı). Pegem Akademi.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye'nin turizm coğrafyası* (1. Baskı). Çantay Kitabevi.
- Eren, R. ve Kuvvetli, M. (2017). Çevrimiçi gastronomi imajı: Türkiye restoranlarının Tripadvisor yorumlarının içerik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 121-138.

- Eryılmaz, B. (2014). *Sosyal medya kullanımının müşteri tercihleri üzerine etkileri: Konaklama işletmelerinde bir inceleme* [Doktora Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Genç, K. ve Batman, O. (2018). Tarihi konak işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin değerlendirilmesi: İpekyolu Ayaş - Sapanca koridoru üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1), 283-296.
- Genç, K. (2021). Organik imaj çerçevesinde etkinlik turizmi: Malazgirt Zaferi yıl dönümü kutlamaları. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 69-78.
- Genç, V. (2014). Eskişehir'deki konaklama işletmelerine ilişkin sanal tüketici yorumlarının değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği, III. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi* (s. 1034-1048), Aydın, Türkiye.
- Göral, R., ve Arıcan, B. (2023). Çevrim içi ziyaretçi yorumlarının karma yöntem ile analizi: Konya Tropikal Kelebek Bahçesi uygulaması. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 4, 1-25.
- Göral, R. (2015). E-wom'a dayalı çok kriterli karar verme teknikleri ile en uygun otelin belirlenmesi ve bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33, 1-17.
- Gunn, C. A. (1997). *Vacationscape: Developing tourist areas* (1st Edition). Taylor ve Francis.
- Gündüz, C. ve Topaloğlu, C. (2016). Orta Karadeniz'de gelişmekte olan bir yayla turizmi merkezi: Niksar Çamiçi Yaylası. *The Journal of Turk-Islam World Social Studies*.
- Gündüz, C. ve Atak, O. (2023). Environmental effects of tourism activities in Niksar Çamiçi Plateau in the context of sustainable tourism: a qualitative research. *International Journal of Agriculture Environment and Food Sciences*, 7(3), 621-632.
- Gürkan, A. S. (2021). *Sosyal medya ve destinasyon seçimi ilişkisi: Hollandalı Instagram kullanıcılarının Türkiye'ye yönelik turizm talebi üzerine bir araştırma* [Doktora Tezi]. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Hankinson, G. (2004). Relational network brands: Towards a conceptual model of place brands. *Journal of Vacation Marketing*, 10, 109-121. <https://doi.org/10.1177/135676670401000202>
- Resmigazete. (2025) <https://www.resmigazete.gov.tr/ilanlar/eskiilanlar/2025/01/20250103-4-15.pdf> adresinden 27 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- Kafa, N. ve Demircioğlu, E. (2022). Gökçeada'daki konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri değerlendirmelerinin incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 9(2), 52-69.
- Kerse, Y. (2023). Kars ilindeki turistik yerlerin çevrimiçi turist yorumları bağlamında incelenmesi. *İşletme*, 4(2), 239-254. <http://doi.org/10.57116/isletme.1347699>
- Kızılırmak, İ. (2006). *Yayla turizmi* (1. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Kızılırmak, İ., Alrawadieh, Z. ve Aghayeva, S. (2015). Doğu Karadeniz Bölgesindeki otel misafirlerinin seyahat e-yorumlarına yönelik bir içerik çözümlemesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14), 110-121.
- Koç, D. E. ve Eren, D. (2021). Destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisi: Kapadokya örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 57-72.
- Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807.

- Kozak, M. (2007a). Turizm sektöründe tüketicilerin şikayetlerini bildirme eğilimleri, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi* 14(1), 137-151
- Kozak, N. (2007b). Alternatif turizm ve Perşembe Yaylası, S. Şengel (Ed.). 8. *Aybastı-Kabataş kurultayı dün, bugün ve yarın sürecinde yörenin ekolojik ve endüstriyel kalkınma potansiyeli ve stratejileri* içinde (s. 175-185), Ankara, Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö., Cevizkaya, G., Kazoğlu, İ. H., Ar, H., Eraslan, O., Aydoğmuş, F. ve Açıksözlü, Ö. (2014). Arkeolojik SİT alanlarına yönelik e-yorumların içerik analizi, *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi* (s. 377-393), Aydın, Türkiye
- Kumlu, S.T., Altıntaş, H. ve Özkul, E. (2019). Kırsal turizm destinasyonlarının tanıtılmasında sosyal medya'nın rolü. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 723-738.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. ve Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Mancı, A. R. (2022). Destinasyon özelliklerine ilişkin memnuniyetin tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyetine etkisi: Şanlıurfa örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), s. 344-357.
- Mancı, A. R. ve Tengilimoğlu, E. (2021a). TripAdvisor ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: Göbeklitepe örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1525-1545
- Mancı, A. R. ve Tengilimoğlu, E. (2021b). Şanlıurfa'daki konaklama işletmelerinin çevrimiçi olumsuz yorumlarının içerik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1123-1148.
- Park, Y. A. ve Gretzel, U. (2007). Success factors for destination marketing web sites: A qualitative meta-analysis. *Journal of Travel Research*, 46(1), 46-63.
- Sabur, D. G. ve Cömert, M. (2024). Perşembe Yaylasının gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 11(4), 50-76.
- Sezer İ. ve Kılıç, M. (2015). Yayla turizmi ve rekreasyon amacıyla yaylalara gelen ziyaretçilerin bakış açılarının değerlendirilmesi: Kulakkaya Yaylası örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 8-16.
- Shani, A., Chen, P., Wang, Y. ve Hua, N. (2010). Testing the impact of a promotional video destination image change: Application of China as a tourism destination. *International Journal of Tourism Research*, 12(2), 116-133. <https://doi.org/10.1002/jtr.738>
- Somuncu, M. (2007). Kırsal ve kentsel alanlardaki sosyoekonomik değişime bağlı olarak Türkiye yaylalarının fonksiyonlarındaki farklılaşma, *ICANAS 38 Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi* (s. 811-830), Ankara.
- Somuncu, M., Akpınar, N., Kurum, E., Çabuk K. N. ve Özelçi, E. T. (2012). *Doğu Karadeniz Bölgesi yaylalarında çevresel değişim*. Ankara Üniversitesi Yayın No:362.
- Somuncu, M., Akpınar, N., Kurum, E., Çabuk, K., N. ve Özelçi, E. T. (2014). Doğu Karadeniz Bölgesi yaylalarının işlevlerinde meydana gelen değişim ve sonuçları. H. Tunçel (Ed.), *Yayla Kültürü ve Yaylacılık Sempozyumu* içinde, (s. 77-135), Şeyh Edibali Üniversitesi Yayınları, Bilecik, Türkiye.
- Soykan, F. (1994). Bozdağlar'da (Ege Bölgesi) Rekreatif yaylacılık. *Türkiye Kalkınma Bankası turizm yyllığı* içinde (s. 293-306).

- Su, L., Yang, Q., Swanson, S. R. ve Chen, N. C. (2022). The impact of online reviews on destination trust and travel intention: The moderating role of online review trustworthiness, *Journal of Vacation Marketing*, 28(4), 406-423. <https://doi.org/10.1177/13567667211063207>
- Şahin, S. ve Şad, B. (2018). Müzelere yönelik e-yorumların içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1), 199-232.
- Şahin, S. Z. (2021). Çevrimiçi müşteri yorumları: Tripadvisor’da Çorum restoranları üzerine inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 610-622.
- Türkmen, S., Atay, L. ve Türkmen, E. (2018). Destinasyon kişiliği, memnuniyet ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Çanakkale örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 13(49), 22-32.
- Uygur M. S. (2023). *Turizm pazarlaması* (3. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım.
- Ünal, A., Çakır, G., Bayar, S. B., ve Çelen, O. (2020). Turistlerin konaklama işletmelerine yönelik şikâyetlerinin incelenmesi: Marmara Bölgesi otellerine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 744-755. <https://doi.org/10.36362/gumus.668155>
- Ünal, A. ve İpar, M. S. (2021). Turistlerin destinasyon tercihlerinde sosyal medyanın etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Sakin şehir destinasyonu Vize örneği, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 12(45), 510-527. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.2983>
- Xie, K. L., Zhang, Z. ve Zhang, Z. (2014). The business value of online consumer reviews and management response to hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 1-12.
- Wang, L., Yu, H. ve Zhou, B. (2025). Formation mechanism of tourists’ pro-environmental behavior in plateau ecotourism destination. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1-14.
- Yıldız, K. U., Güzel, M. ve Yeşil, P (2023) Ayder Yaylası (Rize) örneğinde yapılaşma baskısının değerlendirilmesi. *Peyzaj araştırmaları-III* içinde (s.75-84). Publisher: Livre de Lyon.
- Zaman, M. (2007). *Doğu Karadeniz Kıyı Dağları’nda yaylalar ve yaylacılık*. Atatürk Üniversitesi Yayınları. No: 960 Fen-Ed. Yay. No:105, Eser Ofset.
- Zengin, B. (2008). Yayla turizmi. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.) *Turistik ürün çeşitlendirmesi* içinde (s.1-10), Nobel Yayıncılık.
- Zorlu, Ö. ve Candan, T. (2023). The impact of social media influencers on destination preferences: A cross-generation comparison. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 5(1), 53-61.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

YEŞİL FİNANSTA FİNTEK VE BLOCKCHAIN YATIRIMLARINA İLİŞKİN BİBLİYOMETRİK VE SOSYAL AĞ ANALİZİ

BIBLIOMETRIC AND SOCIAL NETWORK ANALYSIS OF FINTEC AND BLOCKCHAIN INVESTMENTS IN GREEN FINANCE

Prof. Dr. Mehmet GENÇTÜRK¹

Arş. Gör. Hümeysra YILDIZ²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, yeşil finasta, finansal teknoloji (fintek) ve blockchain yatırımlarını ve araştırma eğilimlerini analiz ederek projeksiyon oluşturmaktır. Bu amaç doğrultusunda, Scopus veri tabanında 2019-2024 yılları arasında yer alan 634 yayın bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen veriler, VOSviewer programında haritalandırılmıştır. Çalışmada, yayınların türlerine, alanlarına, yıllarına, kaynağına, en çok katkı sağlayan yazar, kurum, ülke ve coğrafik bölgelerine göre dağılımları tasnif edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımlarına ilişkin yapılan yayınların ve atıf sayılarının 2023 yılından itibaren ivme kazandığı, çalışmaların daha çok makale türü olarak ekonomi, işletme ve finans alanlarında yayımlandığı tespit edilmiştir. Yeşil finans kapsamında fintek ve blockchain yatırımlarına ilişkin en fazla yayına sahip dergilerin çevre politikaları, sürdürülebilirlik, finansal analiz ve inovasyon gibi konuları kapsadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte alanda en fazla yayın yapan ülkeler arasında Çin, Hindistan ve Pakistan olduğu saptanmış, Türkiye'nin de alana en çok katkı sağlayan ilk 10 ülke arasında yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Yeşil finans alanında blockchain ve fintek yatırımlarına yönelik gelecek çalışmaların yoğunlaşacağı öngörülmekte olup çalışmanın, alana yönelik mevcut durum ve eğilimleri ortaya koymak açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Finans, Sürdürülebilirlik, Finansal Teknoloji, Blockchain, Bibliyometrik Analiz.

JEL Sınıflandırma Kodları: O16, O57, S01, S56.

ABSTRACT

The aim of the study is to analyze and project financial technology (fintech) and blockchain investments and research trends in green finance. For this purpose, 634 publications in the Scopus database between 2019 and 2024 are analyzed by bibliometric analysis method. The data obtained are mapped in the VOSviewer program. In the study, the distribution of publications according to their types, fields, years, sources, authors, institutions, countries and geographical regions are classified. As a result of the study, it is determined that the number of publications and citations on fintech and blockchain investments in green finance has gained momentum since 2023, and the studies are mostly published in the fields of economics, business and finance as article types. It is concluded that the journals with the highest number of publications on fintech and blockchain investments within the scope of green finance cover topics such as environmental policies, sustainability, financial analysis and innovation. In addition, China, India and Pakistan are found to be among the countries with the highest number of publications in the field, and Türkiye is found to be among the top 10 countries contributing the most to the field. It is predicted that future studies on blockchain and fintech investments in the field of green finance would intensify and the study is considered important in terms of revealing the current situation and trends in the field.

Keywords: Green Finance, Sustainability, Financial Technology, Blockchain, Bibliometric Analysis.

JEL Classification Codes: O16, O57, S01, S56.

¹  Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mehmetgencturk@sdu.edu.tr

²  Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, humeyrayildiz@sdu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The main purpose of the study is to analyze the trends of studies on financial technology and blockchain investments in the field of green finance and to create future projections in this direction. In this context, 634 academic studies published in the Scopus database between 2019 and 2024 are evaluated through bibliometric and social network analysis. In the study, the types of publications, their field and geographical distribution, their distribution by years, the authors, institutions and countries that contributed the most, are analyzed in detail. The research highlights the impact of green finance on sustainable development and provides important data on how fintech and blockchain investments support and drive this process.

Design/methodology/approach:

In the study, 634 publications published in the Scopus database between 2019 and 2024 are quantitatively analyzed. In the study, the fact that there were too few publications between 2010-2018 to affect the research result and that the trends were stable was effective in selecting the last five years of data. Within the scope of the research, the keywords “Green Finance”, “Fintech”, “Blockchain” and “Sustainable Finance” are used. In addition, since the research topic covers current studies, all types of publications including articles, book chapters, books, proceedings and other publications are included in the research. In addition, since the research topic covers various disciplines such as economics, finance, environmental sciences, computer information systems and energy, no field or geographical restrictions are made. In the field of social sciences, the advantages of Scopus database in terms of more publications, number of journals and indexes contribute more to the study. Bibliographic data are mapped with social network analysis in the VOSviewer program.

Findings:

The study includes findings on the distribution of publications on fintech and blockchain investments in green finance according to their types, fields, years, sources, distribution of the most contributing authors, institutions, geographical regions and countries that contribute the most to the field. The findings from the Scopus database are transferred to the Vosviewer program and analyzed. The main themes of the research and the relationships between the studies are shown by mapping with network visuals. Accordingly, co-authorship analysis, citation document analysis, citation author analysis, citation country analysis and keyword analysis are respectively included. The analyses made in this direction are shown by clustering with network visuals. According to the findings of the study, it is determined that academic studies on FinTech and blockchain investments in the field of green finance have gained momentum in recent years. It is determined that most of the studies conducted between 2019 and 2024 were published in 2023 and 2024, with a particular focus on the digitalization of green finance, sustainable investments and the transparency-providing role of blockchain. The distribution of academic publications by type shows that articles have the highest share with 72%, followed by book chapters, evaluation studies and conference proceedings. The predominance of studies published in the fields of finance, economics and business administration shows that investments in these fields are directly related to economic policies and financial analysis processes. In country-based analyses, it is found that academic contributions to green finance and digital technologies are centered in Asia. China, India, Pakistan and Malaysia are among the countries with the highest number of publications, while Turkey is among the top 10 contributors. In the citation analysis, it is determined that studies on the role of blockchain and FinTech applications in achieving the sustainability goals of green finance received more citations. In particular, the works of authors such as Mirza (2023), Guang-Wen (2023) and Wong (2022) have a high impact.

Conclusion and Discussion:

The study examines the catalytic role of green finance, fintech and blockchain investments in achieving sustainable economic development goals through a bibliometric approach, revealing key trends, scientific collaboration networks and future research potentials in the field. The findings show that green finance plays a critical role in achieving global sustainability goals and that fintech and blockchain technologies are positioned as key tools supporting this process. The international studies analyzed within the scope of the subject are analyzed according to their types, fields, years, sources, institutions, countries and author-based distribution. In the distribution of studies according to their types, it is determined that most contributions are made in the article type, the field distribution is concentrated in economics, business and finance analysis and more interdisciplinary studies contributed more, academic interest started in the last decade, but increased in 2019 with the pandemic, and gained more momentum in the post-pandemic period. Within the scope of academic cooperation, it is concluded that countries such as China, India, Malaysia, Pakistan and Türkiye are in the center position and contribute to the sustainable economy solutions of emerging markets. As a result of thematic clustering, it is found that the keywords “green finance”, “fintech” and “blockchain” are central and closely related to the concepts of digitalization, ESG, carbon emissions, green loans, climate change and digital transformation. Future research is identified the current trends of academic studies and identified gaps in the literature. In this context, it is envisaged that empirical studies on the integration of blockchain and green finance, studies on the impact of fintechs on green finance in developing countries, the development of green bond markets and the role of fintechs, green finance, blockchain and fintechs are expected to encourage research on the necessary regulations within the framework of policies. As a result, increasing interdisciplinary collaborations, integrating blockchain and fintech solutions into sustainable finance models, and developing regional policy frameworks would enable green finance to be implemented more effectively in the future.

1. GİRİŞ

Yeşil finans, sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen, iklim değişikliğiyle mücadele etmeyi amaçlayan ve sosyal eşitsizlikleri azaltmayı hedefleyen bir finans sistemidir. Günümüzde iklim değişikliği, çevresel bozulma, sosyal eşitsizlikler ve tüketim endeksli sistemlerde küresel finansın sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşabilmesi için çevre dostu projelerin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Yeşil finans, sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek amacıyla fosil yakıtlara dayalı ekonomilerden yenilenebilir enerji ve düşük karbonlu çözümlere geçişi hızlandırmayı hedeflemektedir (He vd., 2020). Çevresel bozulma ve tüketim odaklı ekonomi modellerinin getirdiği riskler ele alındığında, finansal sistemlerin sürdürülebilir dönüşümü destekleyecek bir biçimde yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Bu kapsamda, finansal kaynakların yönlendirilmesi ile birlikte kaynakların nasıl, ne şekilde ve hangi teknolojiler aracılığıyla sürdürülebilir hedeflere hizmet ettiği daha önemli hale gelmektedir. Özellikle teknolojik gelişmelerin sunduğu olanaklar, yeşil finansın işleyiş mekanizmalarını daha verimli, ölçülebilir ve şeffaf hale getirmektedir. Bu noktada, yeşil finans sistemine finansal teknolojilerin (fintek) entegre edilmesi ve yeni yatırım projelerinin sürdürülebilir kalkınma politikaları ile uyumlu olmasını destekleyen bir mekanizma teşvik edilmektedir.

Fintek, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi yoluyla daha verimli, hızlı ve kapsayıcı hale gelmesini sağlayan bir teknoloji alanıdır. Dijital ödeme sistemleri, açık bankacılık ve finans hizmetleri, Ro-Bo danışmanlık ve blockchain teknolojileri gibi uygulamalar finans sisteminde büyük bir dönüşüm oluşturmaktadır (Kwong vd., 2023, s. 21-22). Yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımları, kolay erişim, karbon ayak izi hesaplama ve ESG (çevresel, sosyal ve kurumsal) kriterlerine dayalı yatırım analizleri gibi uygulamalarla sürdürülebilir ekonomide aracı bir kimlik haline gelmektedir. Bunun yanı sıra, blockchain teknolojilerinin merkeziyetsiz yapısı sayesinde yeşil finasta; karbon kredileri, yeşil tahviller ve yatırım fonları gibi finansal varlıklar şeffaf ve daha güvenilir bir şekilde izlenebilmektedir (Mishra ve Kaushik, 2023). Ayrıca, günümüzde birçok alanda kullanılan blockchain tabanlı akıllı sözleşmeler, yeşil projelerin fonlanmasını hızlandırarak yatırımcıların güvenini artırmakta ve finansal süreçleri daha şeffaf hale getirerek finansal dolandırıcılık riskini azaltmaktadır (Mirza vd., 2023, s. 35).

Tüm bu gelişmeler ve dönüşümler akademik dünyadaki bilimsel üretimi de hızlandırmıştır. Ancak, mevcut literatürde çalışmaların büyük ölçüde tekli konulara odaklandığı ve fintek, blockchain ile yeşil finans arasındaki bütünsel entegrasyonu sınırlı bir perspektifle ele alındığı saptanmıştır. Bu nedenle, bu üç dinamiğin kesişim kümesinde hangi araştırma eğilimlerinin bulunduğu ve bu alanlarda hangi kavramsal boşlukların bulunduğu konusunda daha kapsamlı analizlere ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle bu alanların nasıl bir yönelim gösterdiği ve gelecekteki araştırmaların hangi eksenlerde şekillenebileceğine ilişkin çalışmalar oldukça sınırlıdır. Literatürde tespit edilen bu boşluk doğrultusunda, yeşil finans, fintek ve blockchain konularını birlikte ele alan bibliyometrik bir analiz yapılmasının anlamlı ve gerekli olduğu düşünülmektedir. Söz konusu alanların güncel oluşu ve multidisipliner yapısı göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın geleceğe ilişkin yönelimler ortaya koyarak ileride yapılacak araştırmalar için yol gösterici nitelikte katkılar sunması beklenmektedir. Bu doğrultuda yapılan analizler, literatürdeki eğilimlerin ve yapısal boşlukların daha görünür kılınmasına olanak sağlamaktadır. Son yıllarda artan akademik ilgi de bu üç alanın entegrasyonunun sürdürülebilir kalkınma hedefleri açısından kritik bir önem taşıdığını göstermektedir. Bu bağlamda, yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımlarının birlikte ele alınarak incelenmesi, literatürdeki eğilimleri ve araştırma eksikliklerini belirlemek açısından bibliyometrik analiz yöntemlerinin kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Çalışmada, yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımları üzerine yapılan akademik yayınların bibliyometrik analizi gerçekleştirilerek şu sorular cevaplanmaya çalışılmıştır.

- Literatürde hangi anahtar kavramlar ve araştırma eğilimleri öne çıkmaktadır?
- Yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımlarına yapılan çalışmaların coğrafi ve tematik dağılımı nasıldır?
- Alana en çok katkı sağlayan yazarlar, kurumlar, dergiler ve ülkeler hangileridir?
- Yeşil finans, fintek ve blockchain teknolojileri alanlarında yapılan multidisipliner çalışmaların etkisi ve önemi nedir?
- Gelecek araştırmalar için hangi kavramsal ve metodolojik yaklaşımlar önerilmektedir?

Bu doğrultuda çalışmanın izleyen bölümlerinde, Scopus veri tabanında 2019-2025 yılları arasında yer alan konuyla ilişkin mevcut araştırmalar bibliyometrik yöntem ile sistematik biçimde incelenmiştir. Analiz sürecinde, alan yazınındaki araştırma eğilimlerini, kavramsal yoğunlaşmaları, tematik kümelenmeleri ve coğrafi-kurumsal-yazar bazlı dağılımları nesnel bir şekilde ortaya koyabilmek amacıyla VOSviewer programı kullanılarak sosyal ağ

birlikleri görselleştirilmiştir. Elde edilen bulgular çerçevesinde, literatürde öne çıkan anahtar kavramlar, yayın türleri, en fazla katkı sağlayan ülkeler, kurumlar ve dergiler belirlenmiş; bu veriler doğrultusunda alandaki mevcut durum, gelişim potansiyeli ve araştırma boşlukları kapsamlı biçimde değerlendirilmiştir. Bibliyometrik analiz yoluyla yapılan bu çalışma, literatürdeki mevcut eğilimleri yansıtmakla birlikte gelecekte yapılacak ampirik ve teorik çalışmalar için kavramsal ve metodolojik açılımlar sunmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Yeşil finansın gelişiminde kritik bir öneme sahip finteklerin ve blockchain teknolojisinin önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Bu kapsamda, mevcut literatürde konuya ilişkin yapılan bibliyometrik analizler, araştırmanın gelecek eğilimlerini ortaya çıkarmaktadır. Yeşil finansın kapsayıcılığını artırmak için daha düşük maliyetle yeşil kredi, yeşil hisse senetleri ve diğer yeşil fonların erişilebilirliğinin sağlanmasında fintek projeleri yatırımcılar ve diğer paydaşlar arasında bir katalizör görevi sağlamaktadır. Blockchain teknolojisi, yeşil finansa karbon kredisi, yeşil tahvillerin izlenebilirliği ve yenilenebilir enerji yatırımlarının çeşitlendirilmesi, yapılan işlemlerin şeffaflığının ve güvenilirliğinin sağlanması açısından merkeziyetsiz çözümler sunmaktadır.

Literatürde, fintek ve blockchain uygulamalarının yeşil finans kapsamında yapılan çalışmaları, 2015 yılından itibaren hızla artmaktadır. Bu çalışmalar doğrultusunda Çin ve Asya bölgesi lider konumunda olup sürdürülebilir finans yatırımlarına ilişkin teorik modelleme çalışmaları yapılmaktadır. Ancak konuya ilişkin uygulamalı çalışmalar oldukça sınırlıdır. Yapılan bu bibliyometrik analiz kapsamında, yeşil finansa finteklerin ve blockchain uygulamalarının katalizör ve destekleyici görevi, Vosviewer ile haritalandırılarak netleştirilmiştir. Bununla birlikte, finteklerin ve blockchain uygulamalarının yeşil finansa; gelecek yıllarda yatırımların hızlandırılmasında, regülasyon ve politikalara yönelik düzenleyici çerçevenin oluşturulmasında, yapay zeka teknolojilerinin entegrasyonunda kritik bir rol oynayacağı öngörülmektedir. Bu pencereden bakıldığında, karbon kredileri gibi yeşil finansman araçlarının blockchain ile daha etkin yatırımlarının ve ticaretin yapılmasına ilişkin saha çalışmaları yapılarak uygulama ile teori arasında bağlantının güçlenmesi önem teşkil etmektedir. Aynı zamanda, gelişmekte olan ülkelerde yeşil finans yatırımlarının fintekler ile erişilebilir projelere ilişkin yapılan çalışmaların literatüre yeni kazanımlar sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, yeşil finans, ekonomi, teknoloji ve çevre bilimlerini kapsayan disiplinlerarası çalışmaların sürdürülebilir kalkınmaya daha fazla katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda, konuya yönelik literatür incelemesi iki bölümlere ayrılmıştır. İlk olarak, fintek ve blockchain teknolojisinin yeşil finansa etkisini açıklayan teorik ve ampirik çalışmalar incelenmiş olup ardından konuya ilişkin bibliyometrik çalışmalara yer verilmiştir.

He vd. (2020), yaptıkları çalışmada akıllı şehirlerde yeşil finans ve finteklerin etkisini araştırmışlardır. Çalışmada, 2013-2019 yılları arasında yeşil finans göstergelerine yönelik veriler seçilerek zaman serisi yöntemiyle analiz edilerek şehir endeksine yönelik dağıtılmış gecikmeli bir model oluşturulmuştur. Model ve analiz sonuçlarına göre, yeşil finans, akıllı şehir inşaatını ve kredilerini teşvik etmektedir. Yeşil tahviller, yeşil kalkınma fonları, krediler, hisse senetleri ve karbon finansmanı gibi yeşil finansal göstergelerin analiz sonuçlarında ise akıllı şehir inşaatından 14 ay sonra fintek yatırımlarının etkisinin ortaya çıkacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Yang (2020), çalışmada, sürdürülebilir finans yatırımlarını Çin’de fintek uygulama alanlarını, avantajlarını ve hükümet politikalarını ve gelecek olası etkilerini araştırmıştır. Sürdürülebilir finansın geliştirilmesinde finteklerin olumlu etkisini açıklayarak banka kredileri riskini azaltma, kredi miktarı oranlarını artırma ve yeni ürün teşvik etme, bilgi paylaşım mekanizmasında fintek ve yapay zeka kullanımının avantajlarını vurgulamıştır. Ayrıca sürdürülebilir finansın geliştirilmesinde finteklerin teşvik edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Rjoub vd. (2021), yaptıkları çalışma ile BRICS ülkelerinin neden olduğu karbon emisyonlarını ve diğer çevresel sorunlara yönelik çözüm önerilerini finansal teknoloji açısından ele almışlardır. Bu kapsamda, Fintek inovasyonların, doğal kaynakların ve insan sermayesinin BRICS (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika) ülkelerinde sürdürülebilir çevre üzerindeki etkisini belirlemek için Momentler Yöntemiyle Kuantil Regresyon (MMQR) tekniğini kullanmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, finteklerin finans sektörünü dijitalleşmeye ve bankacılık sektöründe karbon emisyonlarını azaltmaya yardımcı olduğu, doğal kaynak kullanımının ve çıkarılmasının insan sermayesinde olumsuz etki oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, BRICS ülkelerine standart çevre düzenlemeleri geliştirmeleri ve hükümet alımlarında yeşil satın almayı teşvik etmeleri, yeşil finans geliştirmek için fintek kullanımını teşvik etmeleri ve şirketlerin emisyonlarını sınırlamak için karbon vergisi kullanmaları önerilmiştir.

Dinçer vd. (2023), yenilenebilir enerji geçişinin belirleyicilerini saptamak amacıyla TOPSIS tabanlı DEMATEL metodolojisi kullanarak küresel bulanık sıralama tekniği ile kriterleri tespit etmişlerdir. Çalışma kapsamında, oransal kavramlarla geometrik ortalama dikkate alınarak yeni bir yöntem olan RATGOS oluşturulmuştur. Bu bağlamda, BRICS ülkeleri alternatif olarak seçilmiştir. Bunun yanı sıra, DEMATEL'deki eleştirilerin üstesinden gelmek için yeni bir metodoloji (TOP-DEMATEL) de önerilmiştir. Sonuç olarak, teknolojik gelişmelerin yenilenebilir enerji geçişini ve finansal kaynak bulmayı daha hızlı ve kolay bir şekilde sağlayarak verimliliği artırdığı tespit edilmiştir. Ayrıca, iklim koşullarındaki değişikliklerin üretim sürecindeki düzensizlikler ve diğer sorunlar için güncel teknolojiler ile verimli enerji depolama sistemleri ile çözümlemeyi önermişlerdir.

Mirza vd. (2023), çalışmada fintek kullanımının banka kârlılığını nasıl etkilediğini ve yeşil kredi kararları almada finteklerin rolünü araştırmaktadır. Çalışmada 2011-2021 tarihleri arasında Avrupa bölgesinde bulunan 319 banka verileri elde edilerek panel veri analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre, finteklerin benimsenmesi ve yatırım yapılması ile yeşil kredi verme arasında pozitif bir etki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, fintek yatırımların düşük maliyet, genişletilmiş ürün tabanı, risk tabanlı sermaye getirisi üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Küçük vd. (2023), yaptıkları çalışmada finansal teknoloji alanındaki yayınların mevcut durumu ve eğilimlerini bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. 1996-2022 yılları arasında Web of Science veri tabanında yer alan 969 çalışma analiz edilmiştir. Analiz kapsamında, fintek üzerine yapılan çalışmaların sayısında önemli bir artış olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, en çok atıf alan yazarlar ve kurumlar belirlenerek literatürdeki etkileri incelenmiştir.

Gumel ve Zunguze (2024), yaptıkları çalışmada, blockchain teknolojisinin ve finteklerin küresel ölçüde iklim değişikliği ile mücadele kapsamında yeşil enerji yatırımlarını nasıl dönüştürdüğünü araştırmışlardır. Fintek platformları ve blockchain teknolojisinin yatırımcı fonlarını üzerindeki rolünü, uzun vadeli ve enflasyona karşı olumlu etkilerini belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra, blockchain teknolojisinin yeşil finansa uygulanabilmesi için yasal çerçeve düzenlemelerinin zorunluluğu ve risklerin de ele alınması gerektiğini vurgulamışlardır.

Shkodina (2024), yaptığı çalışmada sürdürülebilir projelerin finanse edilmesinde finteklerin kullanımını ve yeşil dijital finans uygulamalarının gelişimindeki eğilimleri açıklamıştır. Bu kapsamda, yeşil finansın merkeziyetsiz uygulamalarının piyasa mekanizması ve hedefleri incelenmiş olup yapay zeka, blockchain, nesnelerin interneti gibi finteklerin sürdürülebilir kalkınmayı ve yeşil finansı desteklemek için mevcut riskleri ve stratejileri açıklamıştır.

Fintek ve blockchain teknolojisinin yeşil finansa yönelik perspektifini gösteren bibliyometrik çalışmalar aşağıda açıklanmıştır.

Yu (2022), Web of Science veri tabanında yer alan 2016-2022 yılları arasında yapılan 1.567 çalışma analiz edilerek yeşil finans araştırma alanının bilgi haritasını çizmiştir. Araştırmaya ilişkin anahtar kelimeler arasında; sürdürülebilir kalkınma, karbon emisyonunun azaltılması, çevresel performans gibi kelimeler yer almaktadır. Yeşil finans araştırmalarına ilişkin geleceğe yönelik araştırmaların odak noktası dijital finans, finansal teknolojiler, yeşil politika ve inovasyon kapsamında yapay zeka araçlarının geliştirilmesinin önemi vurgulanmıştır.

Mishra ve Albalushi (2023), yaptıkları çalışmada blockchain teknolojisinin dijital finans ve yeşil inovasyondaki etkisine yönelik 2017-2023 tarihleri arasında yayınlanan makaleler, Excel ve Vosviewer kullanarak analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre teknolojik tahmin ve sosyal değişim gibi enerji politikaları içeren yayınların oranı artarak devam etmektedir. Finansal teknolojiler sürdürülebilirlik inovasyon politikaları ve yeşil finansın tematik analizi toplumsal ve politik yönleriyle ele alınmıştır. Çin, ABD ve İngiltere konuya yönelik yapılan yayınlarda küresel olarak lider konumundadır. Ayrıca dijital finans ve yeşil yatırımlara yönelik yıllık yayın büyüme oranı %33,74 olarak belirtilerek dijital finans ile yeşil finans entegrasyonunun geleceğe yönelik önemi vurgulanmıştır.

Nasim (2023), çalışmada yeşil finansın çevresel kalkınmaya katkısı bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Çalışma kapsamında, Scopus veri tabanında yer alan 2008-2022 tarihleri arasında yayınlanmış 444 hakemli araştırma makalesi analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre yeşil finansmanın sürdürülebilir çevreler üzerindeki etkisi teorik bir çerçeve ile sunulmuştur. Bununla birlikte çevresel performans üzerine yeşil finans ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri belirtilerek yeni bir finans politikası oluşturulmuştur.

Kwong vd. (2023), çalışmada bibliyometrik analiz ile ESG ve finteklerin yeşil finanstaki eğilimlerini belirtmiştir. Bu alanda yapılan yayınların 2017 yılından itibaren hızla arttığı tespit edilmiştir. Yeşil finans

literatüründe; yatırım, sürdürülebilirlik, raporlama vurgu yapılırken fintek literatüründe ise; dijital varlıklar, yapay zeka, veri analitiği, e-ödeme sistemleri gibi konular öne çıkmaktadır. Araştırma kapsamında Covid 19'un yeşil finans ve fintek farkındalığını artırdığı, kripto para, blockchain gibi konularda teorik ve düzenleyici çerçevede eksiklikler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gelecek araştırmalar için yeşil finans ve fintek araştırmalarında disiplinlerarası iş birliği ve çalışmaların yapılması önerilmiştir.

Çevirgen vd. (2024), yeşil finans alanında 2017-2024 yılları arasında Web of Science veri tabanında yer alan 495 yayın analiz etmiştir. Literatürde alana yönelik yapılan çalışmaların hızla arttığı ve Çin'in lider konumda olduğu tespit edilerek gelecek araştırma yönelimleri belirtilmiştir.

Kendirli vd. (2024), son yıllarda yapılan çalışmalarda ön plana çıkan iklim değişikliği ve yeşil finans çalışmalarını incelemiştir. Çalışma kapsamında, Web of Science veri tabanında 2010 – 2023 yılları arasında yer alan makaleler VOSviewer haritalama yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, çalışmaların en fazla "Energy Economics" dergisinde yayınlandığı, en fazla yayın yapan ülkenin Çin Halk Cumhuriyeti olduğu ve alana yönelik ilk çalışmanın 2010 yılında yayınlandığı ortaya çıkmıştır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada, fintek ve blockchain uygulamalarının yeşil finasta gelişimi ve entegrasyon süreci bibliyometrik analiz ile kantitatif bir yöntemle araştırılmıştır. Bibliyometrik yöntem, akademik çalışmaların bilimsel etkisini ortaya çıkararak yapısal analizini değerlendiren bir araçtır (Pritchard, 1969). Bibliyometrik analiz, belirli bir konu üzerindeki yayınların ülke, dergi, indeks, atf, anahtar kavram ve yazar ilişkilerini ve temel araştırma eğilimlerini tespit etmek için kullanılan nicel bir yöntemdir (Aria ve Cuccurullo, 2017, s. 961). Bu yöntem ile ilgili konunun mevcut durumu ve değişim eğilimleri tespit edilerek gelecekteki yapılacak çalışmalara önerilerde bulunmaktadır. Bibliyometrik yöntemi destekleyen VOSviewer yazılım programı ile de literatürdeki bilgi akışı haritalandırılarak görselleştirilmiştir. Araştırma sorularını ele almak için VOSviewer yazılım programı, bilimsel makaleler, dergiler, yazarlar, kuruluşlar, ülkeler ve kavramlardan oluşan sosyal ağları kurmak için kullanılır. Bu ağlardaki öğeleri, eş-oluşum, ortak yazarlık, atf, ortak atf, yazar ve ülke analizlerini kümeleme ve bağlantılarla göstermektedir (Van ve Waltman, 2010). Bu bağlamda, ilgili çalışmanın etki faktörleri somut bir şekilde sunulmuştur.

Çalışmanın amacı, fintek ve blockchain uygulamalarının yeşil finans alanında eğilimini akademik olarak belirleyerek gelecek çalışmalar için yeni bir pencere açmaktır. Son yıllarda bibliyometrik çalışmalar büyük önem kazanmış ancak yeşil finans ve finansal teknoloji bağlamında yapılan çalışmalar oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, elde edilen bulgular, yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımları konusunda yapılacak çalışmalara yeni araştırma fırsatları sunmaktadır. Araştırma kapsamında, 2019-2024 tarihleri arasında Scopus veri tabanında yayınlanan 634 yayın incelenmiştir. Sosyal bilimler alanında Scopus veri tabanının konuya yönelik daha çok bilimsel araştırmanın, dergi sayısının ve indekslerin sunmuş olduğu avantajlar ile çalışmaya daha fazla katkı sağlanmıştır. Bununla birlikte, Scopus, farklı disiplinlerden ve çeşitli yayın türlerinden geniş kapsamlı veri koleksiyonuna sahiptir (Baas vd., 2020, s. 378).

Araştırma kapsamında, "Yeşil Finans", "Fintek", "Blockchain" ve "Sürdürülebilir Finans" anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Araştırma konusu, ekonomi, finans, çevre bilimleri, bilgisayar bilişim sistemleri ve enerji gibi çeşitli disiplinleri kapsadığı için herhangi bir alan veya coğrafi kısıtlama yapılmamıştır. Ayrıca, çalışmada oldukça güncel konuların yer alması nedeniyle; makale, kitap bölümü, kitap, bildiri ve diğer yayınlarda olmak üzere tüm yayın türleri araştırmaya dahil edilerek katkısının artırılacağı düşünülmüştür. Yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımlarının küresel çözümlemesini saptamak amacıyla; verilerin türleri, alanları, yılları, kaynağı, yayın dağılımları, alana en çok katkı sağlayan yazar, kurum, coğrafik bölge ve ülkeler kantitatif bir şekilde incelenerek gelecek projeksiyonu değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışma konusunun oldukça güncel bir dönemi kapsamaması, 2010-2018 tarihleri arasında çalışma sonucunu etkilemeyecek kadar az yayının olması ve eğilimlerin durağan olması, 2019-2024 tarih aralığının seçilmesinde etkili olmuştur.

4. BULGULAR VE ANALİZ

4.1. Bulgular

Bu başlıkta, yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımlarına ilişkin yapılan yayınların türlerine, alanlarına, yıllarına, kaynağına, alana en çok katkı sağlayan yazar, kurum, coğrafik bölge ve ülkelere ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

4.1.1. Türlerine Göre Yayın Dağılımı

Scopus veri tabanında yeşil finans alanında fintek ve blockchain yatırımlarına ilişkin yapılan çalışmaların yaklaşık %72'sini makale (455), %15'ini kitap bölümü (96), %6'sını değerlendirme (39), %4'ünü kitap (29) ve %2'sini konferans yayını (12) oluşturmaktadır. Bu dağılım, akademik güvenilirlikleri, daha hızlı yayım döngüleri ve küresel indeksleme sistemlerinde daha geniş görünürlükleri nedeniyle hakemli dergi makalelerinin baskın olduğunu ve gelişmekte olan disiplinlerarası alanlarda gözlemlenen yaygın bir eğilimi yansıtmaktadır. Literatürde yer alan sürdürülebilirlik ve blockchain araştırmalarına ilişkin bibliyometrik çalışmalarla karşılaştırıldığında, dergi makalelerinin genellikle toplam yayınların %65 ila %75'ini oluşturmasıyla aynı doğrultuda olduğu görülmektedir. Kitap bölümleri oranının ise makale hariç diğer türlerden daha yüksek oranda çıkması, konuya ilişkin literatürde teorik boşlukların olduğunu göstermektedir. Aşağıda Tablo 1'de konuya ilişkin yapılan çalışmaların türlerine göre dağılımı listelenmiştir.

Tablo 1. Türlerine Göre Yayın Dağılımı

Yayın Türü	Doküman Sayısı	Yüzde %
Makale	455	71,65
Kitap Bölümü	96	15,12
İnceleme	39	6,14
Kitap	29	4,57
Bildiri	12	1,89
Anket	1	0,16
Not	1	0,16

Kaynak: (Scopus, 2025).

4.1.2. Alanlarına Göre Yayın Dağılımı

Scopus veri tabanında yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımlarına ilişkin yapılan çalışmalar incelendiğinde %25 oranında Ekonomi, Ekonometri ve Finans (339), %18 oranında İşletme, Yönetim ve Muhasebe (241), %14 oranında Çevre Bilimleri (184), %13 oranında Sosyal Bilimler (170) ve %8 oranında Bilgisayar Bilimlerinin (108) literatüre en çok katkırı sağladığı tespit edilmiştir. Yayınların dağılımı incelendiğinde, Wang vd. (2022); Liu ve He (2023), çalışmalarıyla tutarlı olarak, Ekonomi ve Finans alanı hakim olup, bu sırayı İşletme, Çevre Bilimleri ve Sosyal Bilimlerin takip ettiği görülmektedir. Konuya ilişkin araştırmaların ise disiplinlerarası yönelimde olduğu, finansal analizin çevresel etki değerlendirmesi ve teknolojik dönüşümlerle bütünleşmesi gerektiği düşünülmektedir. Tablo 2'de konuya ilişkin çalışmaların alanı, alana ilişkin yayımlanan makale sayıları ve yüzde oranları listelenmiştir.

Tablo 2. Alanlarına Göre Yayın Dağılımı

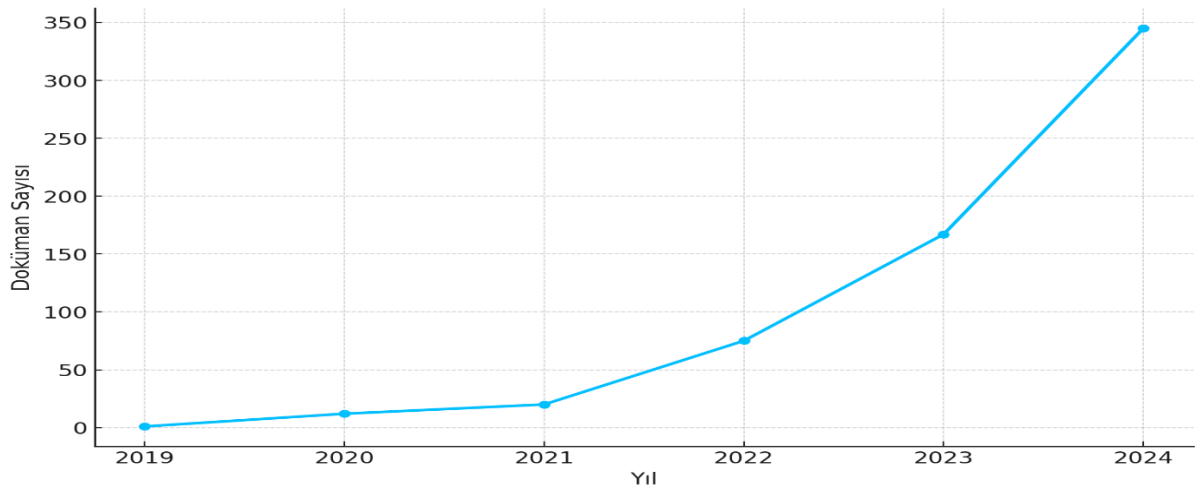
Alan	Sayı	Yüzde %
Ekonomi ve Finans	339	25
İşletme, Yönetim ve Muhasebe	241	18
Çevre Bilimi	184	14
Sosyal Bilimler	170	13
Bilgisayar Bilimleri	108	8
Enerji	88	7
Mühendislik	58	4
Multidisipliner	26	2
Karar Bilimleri	25	2
Diğer	61	5

Kaynak: (Scopus, 2025).

4.1.3. Yıllara Göre Yayın Dağılımı

Yıllara göre yayın sayıları incelendiğinde, 2019 başlangıç yılı olmak üzere 2024 yılı sonuna kadar yapılan çalışmalar değerlendirilmiştir. Aşağıda, Şekil 1’de Scopus veri tabanında yer alan çalışmaların yıllara göre dağılımları yer almaktadır. Bu dağılımlara göre, sırasıyla en az 2019 yılında (1) yayın, 2020’de (14), 2021’de (22) yapılmıştır. 2022’de (78) ise önemli bir artış gözlenmiş olup 2023 yılında (168) iki katından daha fazla artmıştır. 2024 yılında (351) yayın sayısı ile en fazla yapılan çalışma yılının olduğu tespit edilmiştir. Yayın dağılımlarının doğrusal bir şekilde arttığı ve 2024 yılında büyük bir ivme kazandığı tespit edilmiş olup gelecek yıllarda bu konunun öneminin daha çok vurgulanacağı öngörülmektedir.

Şekil 1. Yıllara Göre Yayın Dağılımları



Yıl	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Doküman	1	14	22	78	168	351

Kaynak: (Scopus, 2025).

4.1.4. Kaynağına Göre Yayın Dağılımı

Yeşil finans kapsamında fintek ve blockchain yatırımlarına ilişkin en fazla yayına sahip dergilerin çevre politikaları, sürdürülebilirlik, çevre bilimi ve kirliliği, finansal analiz ve inovasyon gibi farklı disiplinleri kapsamaktadır. Buradaki dağılım, konunun teknolojik ve finansal boyutlarına rağmen araştırmaların hâlâ büyük ölçüde çevre ve sürdürülebilirlik çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir. Bu durum, alanın teorik ve metodolojik derinliğini artırmak için finans ve inovasyon dergileriyle daha fazla entegrasyona ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Tablo 3’te bu farklı disiplinlerden en çok etkiye sahip kaynaklar ve doküman sayıları listelenmiştir.

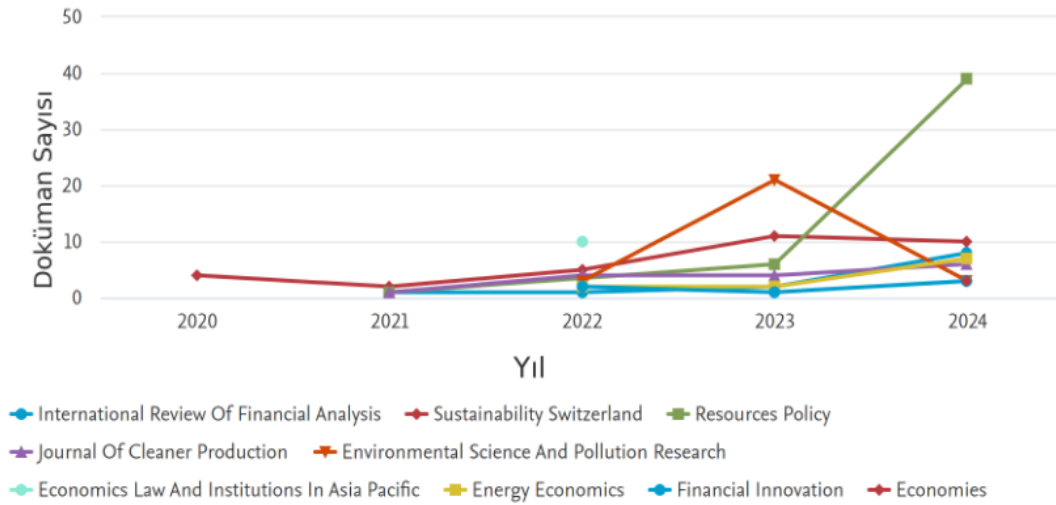
Tablo 3. Kaynağına Göre Yayın Dağılımı

Kaynak	Sayı
Resources Policy	46
Sustainability Switzerland	34
Environmental Science and Pollution Research	27
Journal of Cleaner Production	15
International Review of Financial Analysis	12
Energy Economics	11
Economics, Law, and Institutions in Asia Pacific	10
Financial Innovation	6
Economies	3

Kaynak: (Scopus, 2025).

Aşağıda Şekil 2’de, en çok yayına, “Kaynak Politikası” dergisinde 2023-2024 yıllarında (42) yayın sayısına sahip olduğu belirtilmiştir. Ardından “Sürdürülebilir İsviçre” ve “Çevre Bilimi ve Kirlilik Araştırmaları” dergilerinin sıralandığı görülmüştür. En az yayın ise “Ekonomi” dergisinde yer almaktadır. Bu durumda, alana ilişkin çalışmaların her aşamasında sürdürülebilirlik, inovasyon ve finans terimleri yer almasına rağmen yeteri kadar dikkat çekmediği görülmekte olup özellikle yatırımlar ve sürdürülebilir ekonomiye daha çok önem verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bununla birlikte, finans ve ekonomi dergilerinde yeşil finans, blockchain ve fintek yatırımları üzerine ampirik çalışmaya literatürde daha fazla yer verildiği ancak sınırlı olduğu anlaşılmaktadır.

Şekil 2. Kaynağına ve Yılına Göre Yayın Dağılımları

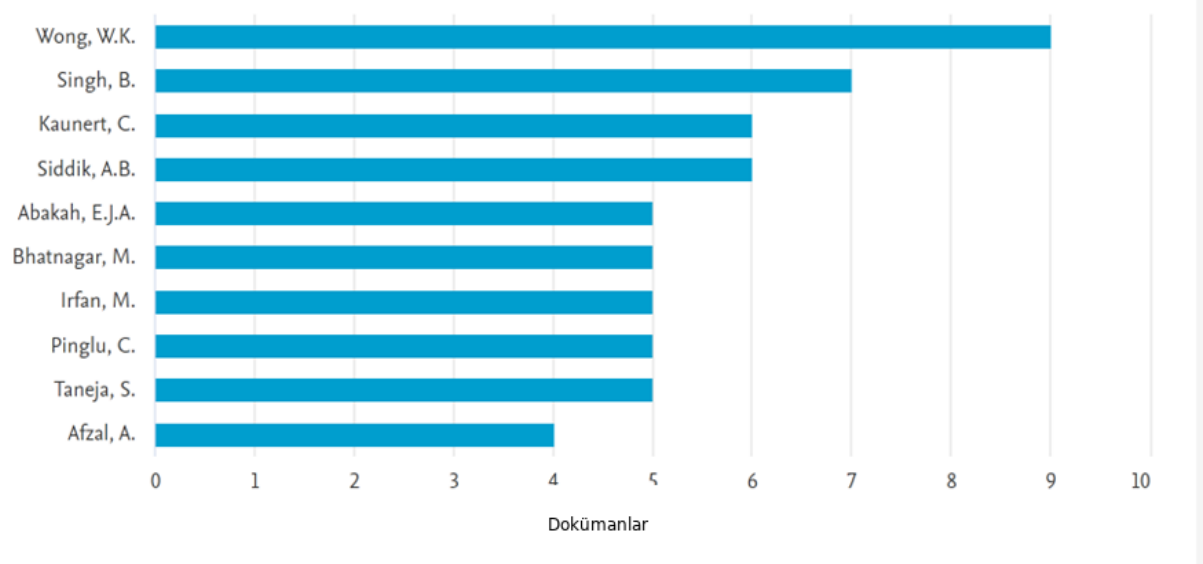


Kaynak: (Scopus, 2025).

4.1.5. Yazar Bazlı Yayın Dağılımı

Scopus veri tabanında taranan yeşil finans, fintek ve blockchain yatırımlarına ilişkin en fazla yayın yaparak alana en çok katkı sağlayan ilk 10 yazar değerlendirilmiştir. Şekil 3’te, yazar bazlı yayın dağılımları yer almaktadır. Wong, W.K., (9) alanda en fazla yayına sahip yazar olarak öne çıkmaktadır. Ardından Singh, B., (7) yayın sayısı ile ikinci sırada listelenmiştir. Yazarların yayınları incelendiğinde, yeşil finansın fintek yatırımlarıyla dönüştürülmesini ele alan çalışmalar üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca, birkaç yazar birden fazla çalışmaya katkıda bulunmuş olsa da, genel dağılım, yazar katkılarının nispeten dağınık olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, yazarların yayın sayıları ele alındığında, alanda uzmanlaşma açısından henüz olgunlaşmadığı ve bu bağlamda, çok sayıda yazarın alana katkı sunarak büyüme potansiyelinin olduğu tespit edilmiştir. Literatüre katkı açısından bakıldığında, parçalanmış yazarlık örüntüsü, alanın gelişen ve disiplinlerarası yapısını yansıtmaktadır. Literatüre katkıda bulunan yazar sayısının artması, artan ilgiye ve gelecekte uzmanlıkların pekiştirilmesi için yüksek bir potansiyel olması dikkat çekmektedir. Ayrıca grafikte yer alan yazarların çalışmalarının gelecek araştırmalar için rehber niteliği taşıması olasıdır.

Şekil 3. Yazar Bazlı Yayın Dağılımı

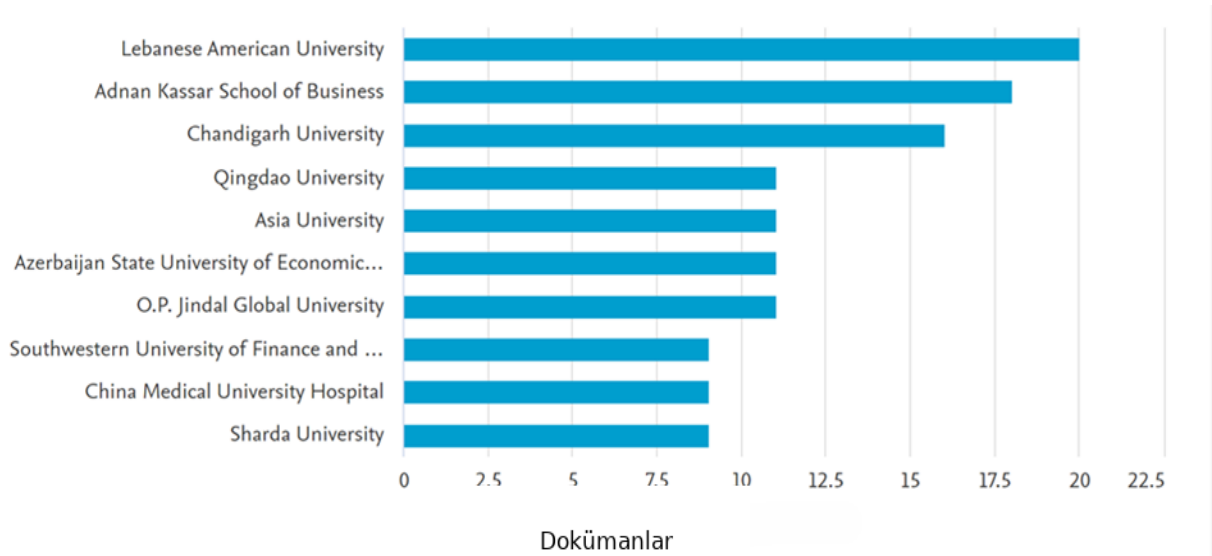


Kaynak: (Scopus, 2025).

4.1.6. Kurumsal Bazlı Yayın Dağılımı

Aşağıda Şekil 4'te kurumsal bazlı yayın dağılımı yer almaktadır. Kurumlar incelendiğinde ağırlıklı olarak Asya ve Orta Doğu merkezli kurumların yoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu durum, Asya ve Orta Doğu bölgesinde, yeşil finans alanının kritik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Alanda lider konumunda olan "Lebanese American Üniversitesi ve Adnan Kassar School of Business" öne çıkmaktadır. Ayrıca bu durumun dinamik bir şekilde büyümesi küresel bir katılıma sahip olduğunu da göstermektedir. Bununla birlikte, yeşil finans, fintech ve blockchain gibi çok disiplinli araştırma alanlarında, kurumların stratejik yönelimlerinin ve araştırma altyapılarının da belirleyici rol oynadığı görülmektedir.

Şekil 4. Kurumsal Bazlı Yayın Dağılımı

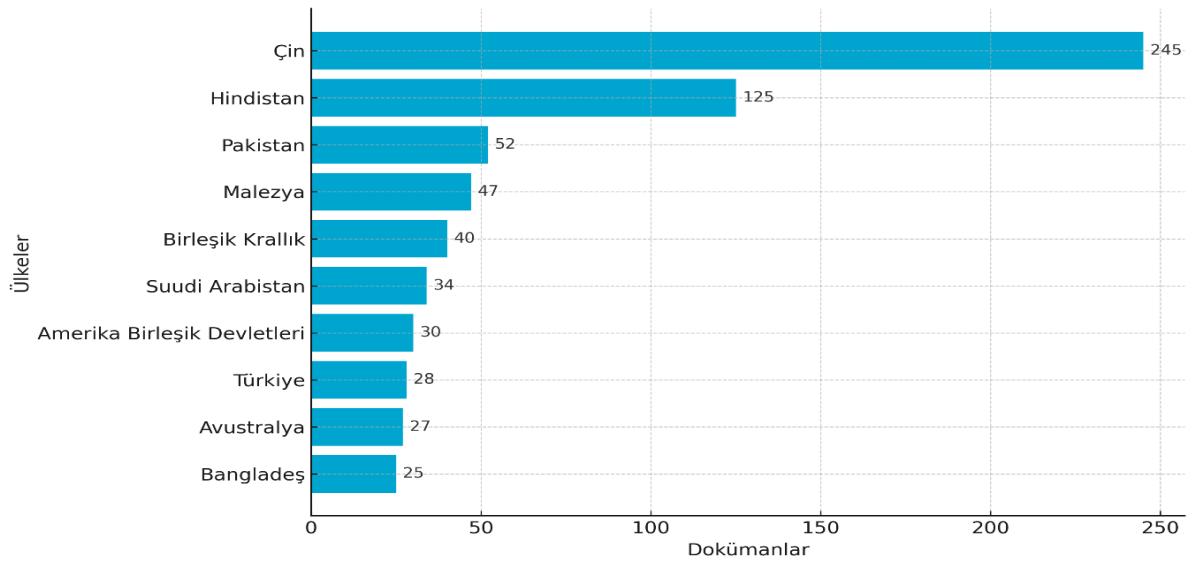


Kaynak: (Scopus, 2025).

4.1.7. Ülke Bazlı Yayın Dağılımı

Scopus yer alan verilere göre alana yönelik çalışmaların büyük ölçüde Asya ülkeleri tarafından yönlendirildiği tespit edilmiştir. Asya kıtasında gelişmekte olan ülkelerin, küresel çevre sorunlarının, yoğun ekonomik büyüme oranlarının sürdürülebilir kalkınma politikalarıyla yeşil finasta fintek ve blockchain yatırımlarının entegre edilmesine yönelik çalışmalar büyük bir öneme sahiptir. Bu durum Grafik 5'te açıkça görülmektedir. Çin ve Hindistan'ın alanda önemli bir farkla öncü olduğu ve ilk 10 sırada Türkiye'nin de yer alması incelenmiş olup ulusal sürdürülebilir kalkınma ve dijital finansal teknolojilerin benimsenmesiyle de ilişkili olmasının yapılan çalışmalar ile doğrusal olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Şekil 5. Ülke Bazlı Yayın Dağılımı



Kaynak: (Scopus, 2025).

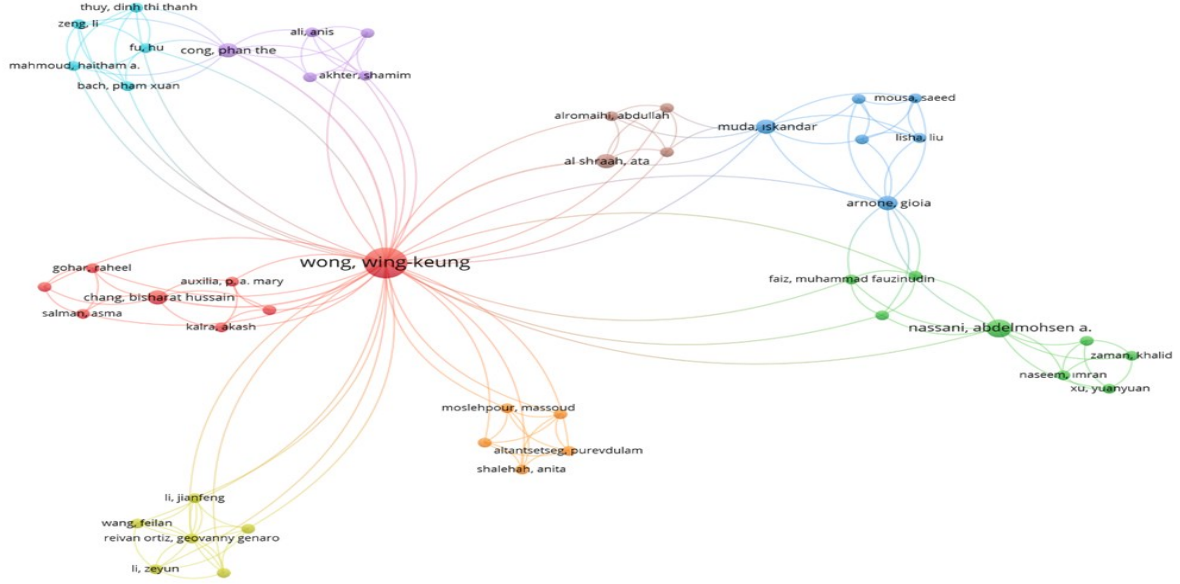
4.2. Analiz ve Ağ Görselleri

Analiz ve ağ görselleri kapsamında, Scopus veri tabanından alınan bulgular Vosviewer programına aktarılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın ana temaları ve yapılan çalışmalar arasındaki ilişkiler ağ görselleri ile haritalandırılarak gösterilmiştir. Haritalandırılan ağ görselleri, literatürdeki bilgi akışını ve akademik ortaklıklarının dinamik yapısının anlaşılmasına olanak sağlamıştır. Bu doğrultuda sırasıyla; ortak yazarlık analizi, atıf doküman analizi, atıf yazar analizi, atıf ülke analizi ve anahtar kelime analizi yer almaktadır.

4.2.1. Ortak Yazarlık Analizi

Ortak yazarlık analizi, bilimsel çalışmalarda birden fazla yazarın birlikte yaptığı yayınlar aracılığıyla araştırmacılar arasındaki işbirliği ağlarını ve ilişkiyi vurgulayarak gösteren bibliyometrik analiz türüdür (Zupic ve Čater, 2015). Şekil 3'te ortak yazar ağ haritası yer almaktadır. Haritada en fazla bağlantılı olan ve işbirliği yapan yazarları tespit etmek için en az "1" yazar ve bir yazarın dokümanına en az "1" atıf değeri belirlenerek ağ haritası oluşturulmuştur. 1.265 yazarın 47'si bu değeri karşılamaktadır. Bu durumda, alana ilişkin yapılan çalışmaların multidisipliner yapısının ve güncel yapısının olduğunu göstermektedir. Haritada her bir düğüm bir yazarı temsil ederken, düğümlerin büyüklüğü yazarın ortak yazarlık ilişkisindeki öncülüğünü ve merkeziyetini ifade etmektedir. Ortak yazarlık analizine göre, aralarında en yüksek bağlantı bulunan yazarlar konumunda kırmızı kümelemede Wong, Wing-Keung, yeşil kümelemede Nassani, Abdelmohsen A., mavi kümelemede Muda, Iskandar ve Mousa, Saeed, sarı kümelemede ise Li, Jianfeng ve Wang, Feilan yer almaktadır.

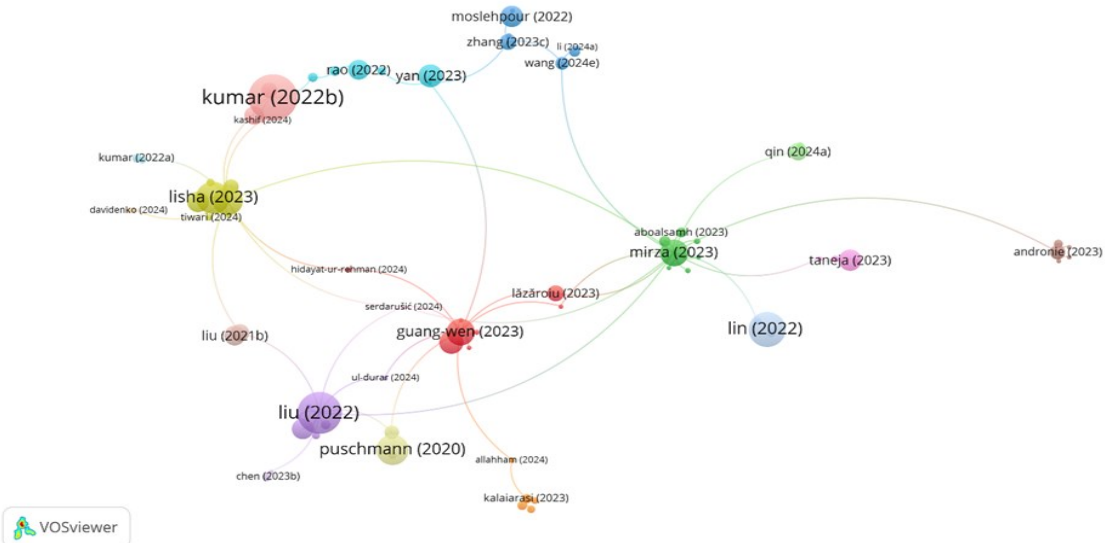
Şekil 6. Ortak Yazar Ağ Haritası



4.2.2. Atıf Doküman Analizi

Atıf doküman analizi kapsamında yeşil finansta fintek ve blockchain yatırımlarına ilişkin çalışmaların atıf ilişkileri Şekil 4'te atıf doküman ağ haritasında yer almaktadır. Haritada bulunan her bir düğüm akademik bir dokümanı temsil ederken, düğümlerin büyüklüğü dokümanın aldığı atıf sayısını ifade etmektedir. Düğümler arasındaki bağlantılar ise yayınlar arasındaki atıf ilişkisi ve yoğunluğunu temsil etmektedir. Atıf doküman analizi kapsamında, en az “1” doküman ve en az “1” atıf sayısı ile sınırlandırılmıştır. 634 dokümandan 332 bağlantı tespit edilmiştir ancak temel yoğunluk için 78 bağlantı oluşturulmuştur. Bu bağlamda, Kumar (2022b), kendi alt gruplarında lider görevi üslenirken diğer gruplar arasında da bağlantısı en güçlü ve yüksek atıf değerine sahip yazar, Guang-Wen (2023) ve Mirza (2023) ise yüksek atıf konumunda olup daha güçlü bağlantıya sahip olduğu gösterilmiştir. Bununla birlikte, Lisha (2023) ve Liu (2022) çalışmaları yüksek atıf alan ve köprü oluşturan bağlantılara sahiptir. Haritada gösterilen yeşil kümelemede Mirza, kırmızı kümelemede Guang-Wen, Lazăroiu, sarı kümelemede Lisha yer almaktadır.

Şekil 7. Atıf Doküman Ağ Haritası



5. SONUÇ

Yeşil finans, çevresel hedeflerle birlikte ekonomik kalkınma ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi güçlendirerek denge kurmayı amaçlamaktadır. Bu noktada yeşil finans uygulamaları, geleneksel yöntemlere göre farklılaşarak yeni finansman modelleri geliştirmektedir. Oluşturulan yeni finansman modellerinin temel dayanak noktası ise dijitalleşmeyle hayatımıza entegre olan finansal teknolojilerdir. Bu bağlamda, blockchain teknolojilerinin ve çeşitli fintek uygulamalarının sağladığı şeffaflık, hız, erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, daha az maliyet ile yüksek verimlilik gibi avantajları yeşil finans yatırımlarının daha geniş kitlelere ulaşmasını mümkün kılmaktadır. Bunun yanı sıra, blockchain teknolojilerinin getirdiği yenilikler ve yeşil finans yatırımlarını daha etkin bir şekilde ölçmede ve denetlemede kritik rol oynamaktadır. Bu çalışma, yeşil finans, fintek ve blockchain yatırımlarının sürdürülebilir ekonomik kalkınma hedeflerine ulaşmadaki katalizör görevini bibliyometrik yöntemle incelemeyi amaçlamaktadır. Scopus veri tabanından elde edilen verilerden yararlanarak ve görselleştirme için VOSviewer yazılımını kullanarak sosyal ağ analizi yapılmıştır. Alanın temel eğilimleri, bilimsel iş birliği ağları, multidisipliner çalışmaların önemi ve gelişmekte olan bu alanlarda gelecekteki araştırma yönelimleri tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında, konuya ilişkin mevcut literatürün betimleyici haritası nesnel bir şekilde sunulmakla birlikte, hızla genişleyen akademik ve politik ilgi alanındaki araştırmalara kılavuz olan kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular, yeşil finansın küresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynadığını, fintek ve blockchain teknolojilerinin bu süreci destekleyen temel araçlar olarak konumlandığını ve yapılan çalışmaların doğrusal bir şekilde arttığını göstermektedir. İncelenen ulusal ve uluslararası yayınlar; türlerine, alanlarına, yıllarına, kaynaklarına, kurumlarına, ülkelere ve yazar bazlı dağılımlarına göre kategorize edilerek değerlendirilmiştir. Çalışmaların türlerine göre dağılımında, en çok makale türünde katkının dikkat çektiği, alan dağılımında ise ekonomi, işletme ve finans alanlarında yoğunlaştığı saptanmıştır. Bu alanların, sürdürülebilirliğin çok boyutlu doğasının ve disiplinlerarası problem çözme çerçevelerine duyulan ihtiyacın giderek daha fazla kabul gördüğü öngörülmektedir. Ayrıca, çevre bilimleri, finans, ekonomi, hukuk, enerji ve bilişim teknolojilerinin farklı alanlarda entegre olarak mevcut sorunlara sürdürülebilir çözümler getirildiği incelenen çalışmalarda ortaya çıkmıştır. Araştırma faaliyetlerinin zamansal dağılımında ise, son on yıl içerisinde akademik ilginin başladığı ancak pandemi ile beraber 2019 yılında önemli artış gösterdiği, pandemi sonrası dönemde ise artışın hız kazandığı tespit edilmiştir. Bu artışın, dijital inovasyonla desteklenen dirençli ve sürdürülebilir finansal sistemlere olan ilgiyi artıran sistemik güvenlik açıklarına ilişkin küresel farkındalığın artmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Tematik kümelenme sonucu incelendiğinde; “yeşil finans”, “fintek” ve “blockchain” anahtar kelimelerin merkezi konumunda olduğu öne çıkarken, dijitalleşme, ESG, karbon emisyonları, yeşil krediler, iklim finansmanı, dijital dönüşüm kavramları ile yakından ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bu anahtar kelimeler, akademik ilginin, dijital yeniliklerin yeşil finans mekanizmalarında şeffaflığı, izlenebilirliği ve verimliliği nasıl artırabileceğini anlamaya giderek daha fazla yöneldiğini göstermektedir. Bir diğer önemli eğilim ise kavramsal tartışmalardan uygulamaya yönelik ve ampirik araştırmalara doğru bir geçiştir. Bu alandaki araştırmaların sürdürülebilirliğin sağlanmasında daha çok teknolojinin potansiyel rollerine odaklanılmıştır. Bu durum, dijital yeşil tahviller, karbon kredisi izleme sistemleri ve blockchain tabanlı yenilenebilir enerji pazarları gibi fintek araçlarının gerçek dünya sonuçlarını incelemek için nicel yöntemler uygulayan çalışmaların önemini vurgulamaktadır.

Çalışmanın coğrafi dağılımı incelendiğinde, Asya ve Orta Doğu bölgelerinde bu alana yönelik akademik faaliyetlerin artış gösterdiği ve ülke bazında Çin, Hindistan, Malezya, Pakistan ve Türkiye gibi ülkelerin merkezi konumunda olduğu ve gelişmekte olan ülkelerin sürdürülebilir ekonomi çözümlerine katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, gelişmekte olan ülkelerin, hızlı kentleşme ve sanayileşme nedeniyle önemli sürdürülebilirlik zorluklarıyla karşı karşıya olduğu; diğer yandan, altyapı kısıtlamalarını aşmak ve sürdürülebilir ekonomik modellere geçişlerini hızlandırmak için dijital finansal teknolojileri benimsedikleri düşünülmektedir. Kurumsal olarak akademik iş birliği incelendiğinde, en fazla yayını gerçekleştiren kurumun Lebanese American Üniversitesi olduğu görülmektedir; bu durum, söz konusu üniversitenin yeşil finans ve dijital teknolojiler kesişimindeki akademik ilgisinin oldukça güçlü olduğunu göstermektedir. Onu takip eden Adnan Kassas School of Business ile birlikte, Lübnan merkezli kurumların üst sıralarda yer alması dikkat çekicidir ve bu ülkenin söz konusu temalarda bölgesel bir araştırma merkezi hâline gelmeye başladığını göstermektedir. Ayrıca, alana yönelik disiplinlerarası çalışmaların daha yüksek atıf oranları, daha geniş bir yayılım ve daha fazla araştırma ilgisi oluşturma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum hem teorik anlayışı geliştirmede hem de uygulayıcılar ve politika yapıcılar için eyleme geçirilebilir sorunlara yönelik çözümler üretmede iş birliğine dayalı, disiplinlerarası araştırmanın önemini vurgulamaktadır.

Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, gelecekte yeşil finansa fintek ve blockchain alanlarında yapılacak çalışmalarının, yeşil tahvil piyasalarının gelişimi ve finteklerin etkinliği, sürdürülebilir finans, blockchain çerçevesinde gerekli düzenlemelere ilişkin ampirik araştırmaların teşvik edilmesi öngörülmektedir. Bununla birlikte, yeşil finans inovasyonlarının hangi koşullarda başarılı veya başarısız olduğunu daha iyi anlamak için farklı düzenleyici ortamlar, kültürel bağlamlar ve finansal sistemler arasında karşılaştırmalı analizlerin yapılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, küresel zorlukların giderek daha karmaşık ve birbirine bağlı hâle gelmesiyle birlikte, finansal teknoloji ile ekolojik yönetim arasındaki etkileşim, kritik bir araştırma alanı olmaya devam etmektedir. Bu kapsamda, ülkelerin sürdürülebilir dijital finansa hazır olma düzeylerine göre küresel ölçekte sınıflandırılmalarını sağlayacak tipolojilerin veya kavramsal çerçevelerin geliştirilmesi, literatürde önemli bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır. Böyle bir sınıflandırma, yapılacak araştırmaların daha stratejik biçimde yönlendirilmesini mümkün kılacak; aynı zamanda küresel politika çerçevelerinin geliştirilmesine katkı sağlayarak yeşil finansın kapsayıcılığını artıracaktır. Bu doğrultuda, fintek ve blockchain teknolojilerinin sunduğu yenilikçi imkânlarla birlikte, düşük maliyetli, hızlı, şeffaf ve kolay erişilebilir finansman ve fon kaynaklarının oluşturulması, yeşil finans uygulamalarının daha etkin kontrolü ve denetimi açısından büyük bir potansiyel barındırmaktadır. Bu çerçevede, bu çalışma yeşil finans, fintech ve blockchain teknolojilerinin entegrasyonuna yönelik mevcut literatürü sistematik biçimde haritalandırarak, alanın kavramsal ve coğrafi gelişimini görünür kılmıştır. Elde edilen bulgular, disiplinlerarası yaklaşımın önemini vurgularken, literatürdeki eğilimleri, iş birliği ağlarını ve araştırma boşluklarını ortaya koyarak gelecek çalışmalar için yönlendirici bir temel sunmaktadır. Bu bağlamda, gelecek çalışmalarda sektörel uygulama örneklerinin daha fazla incelenmesi, politika çerçeveleriyle entegrasyon süreçlerinin değerlendirilmesi ve yeşil finansın finansal araçlarla dönüşümüne yönelik araştırmaların teşvik edilmesi önem arz etmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Aria, M. ve Corrado, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Baas, J., Schotten, M., Plume, A., Côté, G. ve Karimi, R. (2020). Scopus as a curated, high-quality bibliometric data source for academic research in quantitative science studies. *Quantitative Science Studies*, 1(1), 377-386. https://doi.org/10.1162/qss_a_00019
- Çevirgen, F. ve B., E. (2024). Yeşil finans yazınının mevcut durumu ve geleceği: Bibliyometrik bir analiz. *Öneri Dergisi*, 19(62), 79-112. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.1440257>
- Dinçer, H., Yüksel, S. ve Eti, S. (2023). Identifying the right policies for increasing the efficiency of the renewable energy transition with a novel fuzzy decision-making model. *Journal of Soft Computing and Decision Analytics*, 1(1), 50-62. <https://doi.org/10.31181/jscda1120234>
- Gumel, B. I. ve Lucillio, Z. (2024). Investing in a sustainable future: How fintech and blockchain enable green asset investments for financial security. *International Journal of Blockchain Technologies and Applications*, 2(2), 100-109. <https://doi.org/10.18178/IJBTA.2024.2.2.100-109>
- He, Z. Z., Liu, H. W., Gao, X., Zhao, Y. ve Yang, X. (2020). Research on the impact of green finance and fintech in smart city. *Complexity*, 2020(1), 6673386. <https://doi.org/10.1155/2020/6673386>
- Kendirli, S., Çitak, F. ve Şahiner, B. B. (2024). Web of Science veritabanına dayalı “yeşil finans” üzerine çalışmaların bibliyometrik analizi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 59(4), 2576-2590. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.24.11.2522>

- Küçük, G. Ş. ve Karataş, Z. (2023). Finansal teknoloji literatürü üzerine bibliyometrik bir analiz. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 119-131.
- Kwong, R., Kwok, M. L. J. ve Wong, H. S. M. (2023). Green FinTech innovation as a future research direction: A bibliometric analysis on green finance and FinTech. *Sustainability*, 15(20), 14683. <https://doi.org/10.3390/su152014683>
- Mirza, N., Umar, M., Amjad, A. ve Farooq, S. F. (2023). The role of FinTech in promoting green finance, and profitability: Evidence from the banking sector in the Euro zone. *Economic Analysis and Policy*, 78, 33-40. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2023.02.001>
- Mishra, R. ve Al-Balushi, J. (2023). Digital finance & green innovation review paper with special reference to Oman and bibliometric analysis for the duration of 2017–2023. *IJFMR - International Journal for Multidisciplinary Research*, 5(6). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i06.8271>
- Mishra, L. ve Kumar, V. (2023). Application of blockchain in dealing with sustainability issues and challenges of financial sector. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 13(3), 1318-1333. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1940805>
- Nasim, I. (2023). Role of green finance for sustainable environment so far: A bibliometric analysis and policy framework. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(2), 882-895. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2023.1102.0400>
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25, 348.
- Rjoub, H., Odugbesan, J. A., Adebayo, T. S. ve Wong, W.-K. (2021). Sustainability of the moderating role of financial development in the determinants of environmental degradation: Evidence from Turkey. *Sustainability*, 13(4), 1844. <https://doi.org/10.3390/su13041844>
- Shkodina, I. (2024). Green digital finance: Driving sustainable investments through decentralization and digitalization. *Global Scientific Trends: Economics and Public Administration*, 1(1), 90-105.
- Scopus. (2025). *Green finance and fintech or blockchain başlıklı arama sonuçları*. <https://www.scopus.com/results/results.uri?st1=Green+finance+and+fintech+or+blockchain> adresinden 29 Nisan 2025 tarihinde alınmıştır.
- Van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Yang, X. (2020). FinTech in promoting the development of green finance in China against the background of big data and artificial intelligence. *International Seminar on Education Innovation and Economic Management* (s.130-133). Guangzhou, China.
- Yu, Q. (2022). International green finance research progress, hotspot analysis and trend outlook – Based on VOSviewer's bibliometric analysis. *Financial Engineering and Risk Management*, 5(6), 89-96. <https://doi.org/10.23977/ferm.2022.050612>
- Zupic, I. ve Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

İKİNCİ KARABAĞ SAVAŞI'NIN TÜRK DÜNYASININ BÜTÜNLEŞME (ENTEGRASYON) SÜRECİNE ETKİLERİ

THE EFFECTS OF THE SECOND KARABAKH WAR ON THE INTEGRATION PROCESS OF THE TURKIC WORLD

Doç. Dr. Esma ÖZDAŞLI¹

ÖZ

27 Eylül 2020'de başlayan İkinci Karabağ Savaşı Azerbaycan, Ermenistan ve Rusya arasında 10 Kasım 2020'de imzalanan Üçlü Bildiri ile sona ermiştir. Azerbaycan'ın 30 yıllık işgale son verdiği bu savaş sırasında Türkiye'nin hem resmi düzeyde hem de kamuoyu nezdinde Azerbaycan'a verdiği çok yönlü destek, uluslararası alanda büyük yankı uyandırmıştır. Türkiye-Azerbaycan çok yönlü iş birliğinin Karabağ'da ortaya koyduğu sonuç, Türk dünyasında da büyük etki yaratmıştır. Türk devletleri arasında daha yakın iş birliği kurulmasına, özellikle de daha geri planda kalan askeri/güvenlik konularında iş birliğinin artırılmasına dair daha güçlü bir irade ortaya çıkmıştır. 1992 yılında Türk Dili Konuşan Ülkeler Devlet Başkanları Zirveleri ile temelleri atılan Türk Devletleri Teşkilatı'nın 2021'de kurulması da Türk dünyasında giderek artan daha sıkı bütünleşme beklentilerinin bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma, İkinci Karabağ Savaşı'ndaki Türkiye-Azerbaycan iş birliğinin Türk dünyası entegrasyonuna etkisini nitel araştırma yöntemiyle ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: İkinci Karabağ Savaşı, Türkiye, Azerbaycan, Türk Dünyası, Bütünleşme.

JEL Sınıflandırma Kodları: F50, F51.

ABSTRACT

The Second Karabakh War began on September 27, 2020, and finished on November 10, 2020, with the signing of a trilateral declaration between Azerbaijan, Armenia, and Russia. During this conflict, in which Azerbaijan ended a thirty-year occupation, Türkiye's multifaceted support for Azerbaijan, both at the official level and in terms of public opinion, generated significant international repercussions. The outcome of Türkiye-Azerbaijan multidimensional cooperation in Karabakh has had profound effects on the Turkic world. This development has fostered a stronger will to establish closer cooperation among Turkic states and to enhance collaboration, particularly in military/security areas that had previously remained in the background. The official establishment of the Organization of Turkic States in 2021, whose foundations were laid at the Summits of Heads of State of Turkic-Speaking Countries in 1992, is considered a concrete manifestation of the growing expectations for integration in the Turkic world. This study examines the effects of Türkiye-Azerbaijan cooperation during the Second Karabakh War on Turkic world integration through qualitative research methods.

Keywords: Second Karabakh War, Türkiye, Azerbaijan, Turkic World, Integration.

JEL Classification Codes: F50, F51.

¹  Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, ssaracesma@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

This study, which claims that the Second Karabakh War caused a faster and more effective contribution to the integration process (integration) of the Turkic World compared to previous periods, emphasizes the increasing cooperation between Turkic states after 2020, especially the military partnerships that remained in the shadows. The Second Karabakh War made a significant contribution to the integration process of the Turkic world in two ways. First, the multifaceted cooperation between Türkiye and Azerbaijan, which has been developing since the 1990s, was one of the most important factors in ending the 30-year occupation of Karabakh in a short period of 44 days. Since the beginning of the war, Türkiye has openly declared its support to Azerbaijan at the official level, and Turkish officials have expressed the fact that Karabakh is legally and historically part of Azerbaijan in the international platforms they participated in during the war. Türkiye's support for Azerbaijan under all circumstances has aroused great interest in other Turkic states both in official and public opinion. This strengthened the perception of Türkiye as a reliable partner. Secondly, the technological level of the Turkish defense industry, especially Turkish UAVs and UCAVs (UCAVs), during the Second Karabakh War aroused interest in the Turkic world as well as the rest of the world. This is evidenced by the increasing demand for Turkish military equipment by Turkic states in Turkestan after 2020. The fact that Russia, which was the most important defense equipment provider of the Turkic states before the Ukraine War, imposed restrictions on exports. This policy change contributed to Türkiye's increasing military power on the Turkic states in this process. Thus, military/security issues, which were the weakest area of cooperation between the Turkic states, began to experience an increasing momentum after 2020. In this respect, it is no coincidence that the Organization of Turkic States, the foundations of which were laid in 1992, was established in 2021, one year after the Second Karabakh War.

Design/methodology/approach:

The studies in the Turkish and foreign literature on the topic addressed in the study were examined in detail, and the most relevant documents were analyzed by grouping the sources according to the level of interest. The paper was written with qualitative research method and descriptive and interpretive analysis methods were used. In the article, firstly, the concept of integration is emphasized, then the Second Karabakh War is briefly explained and the effects of this war on the integration process of the Turkic World are explained with different occasions.

Findings:

After the collapse of the Soviet Union, many initiatives and projects were put on the agenda under the leadership of Türkiye in order to increase cooperation and partnerships among the Turkic states, some of which have been realized. The foundations of the Organization of Turkic States (OTS), the most important umbrella organization among Turkic states today, were laid with the Summits of Heads of State of Turkic Speaking States that started in 1992. In this process, while relations between Turkic states in political, economic, cultural and educational fields increased, cooperation in the military field with other Turkic states other than Türkiye-Azerbaijan remained at a very limited level. The main reason for this is that in those years, compared to today, Russia's effective power in Turkestan and its reaction to the initiatives of actors other than itself towards the region. In our opinion, another reason is that the level reached by the Turkish defense industry has become more visible in the Turkic states after 2020. The Second Karabakh War confirmed the power of the Turkish defense industry in the Turkic states that declared their independence in 1991 and tried to modernize their armies. This situation has been effective in increasing the demand for the Turkish defense industry in Turkestan states. The most important evidence supporting the argument that the Second Karabakh War contributed to the integration of the Turkic world is, of course, the fact that the OTS was established in 2021. This view was reinforced by comparing the summit declarations published since 1992, with those published after 2021. For example, the OTS's Istanbul Summit Declaration of November 12, 2021 included the phrases "close coordination and cooperation on security issues", while the summit declarations issued since 1992 referred to security as terrorism, religious extremism and discrimination. In the 13 November 2023 Astana Summit Declaration, the expectation and will for further cooperation among the OTS members in the military sphere was expressed in the words "...closer cooperation on defense industry and military issues".

Conclusion and Discussion:

Despite the momentum in the integration of the Turkic world after 2020, there are some issues that slow down this process. In particular, the fact that the trade volume between the Turkic republics has not reached the expected level so far prevents the full realization of economic integration. One of the main reasons for this is the differences between the economic and customs rules of the Turkic states. Therefore, economic integration will be realized faster by harmonizing, simplifying and standardizing the customs rules of the Turkic States and using technological and digital tools more intensively in customs. In this context, it is also very important to increase the number of common logistics corridors and to improve the existing ones. In our opinion, one of the most important issues preventing a closer integration of the Turkic World is the fact that, contrary to the official level, the integration among the Turkic peoples has not reached the desired level and the communication between the social layers has not been fully achieved. This situation prevents the people of the Turkic world from getting to know each other more closely. Therefore, it is not enough to abolish visas for the development of tourism between Turkic states. If some discounts and exemptions in transportation costs are among the priorities of the OTS, the integration between the Turkic states will be fully achieved.

1. GİRİŞ

Birleşmek, kaynaşmak, birlik, ahenk ve denge içinde bir arada bulunmak gibi manalara gelen ve Batı dillerindeki “*integration*”un karşılığı olan entegrasyon (bütünleşme) kavramı (Günay, 1989, s. 3), Latince kökenli olan “*integratio*” kelimesinden türetilmiştir. Alan yazında 1620’de görünen bütünleşme (integration) kelimesi, ayrı ve özerk parçaların, bir bütün oluşturmaya uygun olan unsurlarının birleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Dedeoğlu, 2015, s. 183). Neo-fonksiyonalist teorisyenlerinden Ernst Haas ise entegrasyonu “*farklı ulusal ortamlardaki siyasi aktörlerin bağılıklarını, beklentilerini ve siyasi faaliyetlerini, ulusal devletler üzerinde yetki sahibi olan veya yetki talep eden yeni bir merkeze doğru kaydırmaya ikna edilme süreci*” olarak tanımlamıştır (Haas, 1961, s.366). Uluslararası entegrasyonla genellikle devletlerin birbirleriyle birleşerek daha büyük bir birim oluşturma süreçleri kastedilmektedir. Ancak daha sıklıkla kastedilen şey, içlerindeki yaşamın veya bu yaşamın yönlerinin yeni ve daha geniş bir siyasi düzen altında diğer devletlerdeki yaşamla birleştiği süreçlerdir (Sharp, 2009, s. 123).

Her ne kadar entegrasyon siyasi, askerî ve sosyal boyutlar içerse de ilk kez ekonomik boyutuyla iktisat literatüründe ele alınmıştır (Tokathoğlu, 1999, s. 89). Hatta 1834 yılında Alman devletleri arasında gümrük birliğini kuran *Zollverein* Anlaşması, ekonomik anlamdaki ilk entegrasyon girişimi olarak kabul edilir. Bu manada *Zollverein*, bağımsız egemen uluslar arasında birleşik bir gümrük alanı oluşturan ve gümrük alanlarını sadece sınırların içinde değil, siyasi sınırlar arasında birleştiren ilk uluslararası ticaret anlaşmasıdır (Ploecki, 2019, s. 1). Dolayısıyla devletler arasındaki iş birliği genellikle ekonomik entegrasyon ile başlar, süreç ilerledikçe siyasi entegrasyonu da içerir (Carleton Univesity, 2024).

Uluslararası ilişkiler literatüründe üzerinde uzlaşılan kesin bir entegrasyon tanımı olmamakla birlikte genel olarak ülkeleri veya bölgeleri ekonomik, siyasi ve sosyal iş birliğiyle birbirine yakınlaştırma sürecini ifade eder. Entegrasyon; ekonomik, siyasi, askerî, kültürel ve sosyal olmak üzere birçok biçimde olabilirken (The Kootneeti, 2024), bir entegrasyon biçimi bunlardan birini, birkaçını ve hatta süreç içerisinde hepsini kapsayabilir. Esasında entegrasyon teorileri, bölgesel ve küresel barışın sağlanması için devletler arası ilişkilerin çeşitli açılardan geliştirilmesine odaklanmıştır.

Bütünleşme teorilerinin fikri temellerinin oluşumunda tarihsel birikim etkili olmakla birlikte, bu teorilerin ortaya çıkışının asıl itici gücü İkinci Dünya Savaşı’nın Avrupa’da yarattığı büyük yıkım ve devletlerarası iş birliğiyle bir daha böylesi büyük bir felaketin yaşanmamasına yönelik beklentidir. Entegrasyon fikriyle uyumlu ancak aynı zamanda gerilimli bir olgu olan federalizm ise bu çalışmanın sınırları dışında tutulmuştur. Federalizm, nihayetinde federe birimlerin üzerinde federal bir devlet yapısıyla bütünleşmelerini işaret eden bir süreçtir. Bu çalışmanın odak noktası, Türk Dünyası içindeki ulusüstü modeldeki entegrasyondur.

Entegrasyon ile ilgili olarak literatürde en çok öne çıkan İşlevselcilik (Fonksiyonalizm) ve onun bir nevi eleştirisi mahiyetindeki Yeni-İşlevselcilik (Neo-Fonksiyonalizm) Teorileri başta olmakla birlikte; Federal Teori, Konfederasyon Teorisi, Hükümetlerarasıcılık ve Güvenlik Topluluğu gibi bazı farklılıklarla devletler arası bütünleşmeyi formüle etmeye odaklanmış kuramlar bulunmaktadır. Goldstein’e göre Karl Deutsch’un ortaya attığı Güvenlik Topluluğu yaklaşımı uluslararası alanda başarılı örgütlenmelerin kuruluş ve işleyişleri ile ilgili açıklama içerdiği için bir “entegrasyon teorisi” olarak kabul edilmekle birlikte, teorideki güvenlik vurgusu nedeniyle “güvenlik bölgeselciligi/bölgesel güvenlik” teorisi olarak da değerlendirilmektedir (Birdişli, 2020, s. 341).

Entegrasyon kuramlarının oluşmasında, yazarlarının yaşadıkları dönemlerde bölgesel ve küresel barışı engelleyen unsurlar önemli olmuştur. Özellikle işlevselci teorinin kurucusu olarak kabul edilen ve İkinci Dünya Savaşı devam ederken yazdığı “İşleyen Bir Barış Sistemi” adlı çalışmasında David Mitrany küresel çapta bir entegrasyon tasavvuru ortaya koymuştur (Mitrany, 1943). Bununla birlikte Ernst Haas tarafından geliştirilen yeni-işlevselcilik, entegrasyon teorileri arasında en çok etki yapan teori olarak kabul edilmektedir. İşlevselciliğin devamı sayılan yeni-işlevselcilik, Mitrany’nin çalışmasını kendisine temel almış ve işlevselci bakış açısının eleştirilere maruz kalan eksik yönlerini tamamlamaya çalışmıştır (Yapıcı, 2007, s. 143).

Esasında Mitrany, Haas ve diğer entegrasyon teorisyenlerinin hedefi, devletler arasında iş birliğiyle çatışmaların sona erdirilmesi ve barışın sağlanması iken yöntem konusunda farklı görüşleri mevcuttur. Örneğin işlevselcilik, entegrasyon oluşumunda esas sorumluluğu teknokratlara yöneltirken, yeni işlevselciler temel aktör olarak siyasal elitleri ileri sürmüştür. Ayrıca siyasi konuları göz ardı eden işlevselcilik, entegrasyonun teknik sorunların çözümü için oluşturulmasını öngörürken, yeni-işlevselcilik siyasi konuların da entegrasyon oluşumunda önemli olduğunu

ve öncelikle ekonomik alanda başlayacak entegrasyonun siyasi elit ve bürokratların inisiyatifi ile siyasi entegrasyona dönüştürüleceğini ifade etmiştir (Yapıcı, 2007, s. 131-132).

1950'lerden itibaren gelişmeye başlayan entegrasyon teorileri, genelde Avrupa bütünleşmesini ele alarak Avrupa Birliği (AB) örneği üzerinden kendi formülasyonlarını oluşturmuşlardır. Dolayısıyla bu teoriler temelde AB entegrasyon sürecini açıklamayı kendilerine amaç edinmiş (Yapıcı, 2007, s. 130) ve AB'nin geçirdiği yapısal ve kurumsal değişim ile geleceğine yönelik tartışmalar farklı entegrasyon teorilerinin doğmasını ve mevcut teorilerin şekillenmesini sağlamıştır. Bu manada AB yapısal, kurumsal ve üye bazlı gelişim ve değişimi ile entegrasyon teorilerine, entegrasyon teorileri ise (özellikle yeni-işlevselcilik) AB'nin gelişimine fikri destek sağlamıştır. Zaten yeni-işlevselciliğin, Avrupa bütünleşmesini en iyi açıklayan teori olduğu genel olarak da kabul edilir (Schimmelfennig, 2010, s. 37). Bu bakımdan günümüzde en sıkı entegrasyon modeli olan AB, diğer bölgesel örgütler için en önemli örneği teşkil etmektedir. Birçok örgüt de kuruluş aşamasında AB'nin kuruluş sürecini ve yapılanmasını dikkate almıştır.²

Bu çalışmanın temel varsayımı, güvenlik alanında ortak politikaların oluşturulmasının bütünleşmeyi kolaylaştırıcı bir işlev göreceği ve kurumsal zeminde bütünleşme sürecini olumlu yönde etkileyeceği yönündedir. Bilindiği üzere Avrupa bütünleşmesinin başlangıcı, İkinci Dünya Savaşı sonrasında güvenlik kaygılarının yoğunlaştığı döneme denk gelmektedir. Bütünleşme sürecinin temel itici gücü ekonomik faktörler olmakla birlikte, Batı Avrupa merkezli güvenlik endişeleri de bu süreçte belirleyici bir rol oynamıştır. 27 Mayıs 1952'de imzalanan Avrupa Savunma Topluluğu Anlaşması başarısızlıkla sonuçlansa da Avrupa güvenliği meseleleri bütünleşme sürecinde etkili olmuştur (Reçber, 2006, s. 22-23). AB'nin kurumsallaşmasından itibaren ise güvenlik ve bütünleşme ilişkisi daha da açık görülmektedir.

Kuruluş amacı ve nedenleri farklı olmakla birlikte, bazı uzmanlarca *sui generis* bir örgüt olarak tanımlanan AB'nin geçirdiği tecrübe ve kurumsallaşma süreci Türk devletleri arasındaki en önemli çatı örgüt olan Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) açısından da dikkate değer bir örnek teşkil etmektedir. Çalışmada "bütünleşme süreci" kavramıyla, Türk devletleri arasında siyasi, ekonomik, kültürel ve askeri düzeylerde daha yakın bir iş birliği modeli kastedilmektedir. Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra Türk devletleri arasında siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkiler gelişmektedir. Bu ilişkilerin, askeri ve güvenlik alanında sağlanacak daha yakın ortaklıklarla güçlendirileceği ve Türk devletleri arasında daha sıkı bir bütünleşme sağlanacağı düşünülmektedir. Bu noktada İkinci Karabağ Savaşı'nın Türk Dünyası'nın bütünleşmesindeki en önemli katalizörlerden biri olduğu görüşü üzerinde durulmuş ve bu görüş, 2020'den sonra Türkiye'nin Azerbaycan dışındaki diğer Türk devletleri ile askeri ilişkilerinin artması ile desteklenmiştir.

İkinci Karabağ Savaşı'nda Türk devletlerinin Azerbaycan'a açık ve net bir şekilde destek vermeleri, TDT çatısı altında ortak bir irade ortaya koymaları ve Ermenistan'ın işgal politikasına karşı duruşları Türk dünyasının entegrasyonuna pozitif manada etki yapmıştır. Taraflardan birinin yaşadığı bir sorun karşısında ortaya konulan ortak irade ve verilen destek, Türk devletleri arasındaki güveni ve dayanışmayı artırmıştır. Söz konusu dayanışmacı politik tutum, Türk devletleri arasında günümüzde artarak devam eden iş birliğine ilerleyen yıllarda ivme kazandıracak ve TDT'nin askeri/güvenlik konularını içerecek şekilde genişlemesine katkı sunacaktır.

2. İKİNCİ KARABAĞ SAVAŞI (27 EYLÜL 2020-10 KASIM 2020)

1988-1994 yılları arasında yaşanan Birinci Karabağ Savaşı sırasında Azerbaycan topraklarının %20'si Ermenistan tarafından işgal edilmiştir. 5 Mayıs 1994 tarihli Bışkek Protokolü (UN Peacemaker, 2025) ile ateşkes yapılması hedeflense de Ermenistan'ın cephe hattı ve dışındaki bölgelere saldırıları sürekli olarak devam etmiştir. Ermenistan, mütecaviz politikalarından vazgeçmediği, işgal ettiği topraklardan çıkmadığı ve hatta Azerbaycan'a ait başka yerlere de saldırdığı için İkinci Karabağ Savaşı'na kadar geçen sürede düşük yoğunlukta da olsa bölgedeki çatışma hali devam etmiştir.

² Örneğin Rusya'nın öncülüğünde post-Sovyet coğrafyada gümrük birliğinin kurulması ve daha ileri bir düzeyde ekonomik entegrasyonun sağlanması amacıyla kurulan Avrasya Ekonomik Birliği'nin (AEB) gerek fikri gerekse kurumsal ve yapısal açıdan AB'yi model aldığı, bizzat Rusya Federasyonu Devlet Başkanı Vladimir Putin tarafından da dile getirilmiştir. AEB'nin temelini oluşturan Gümrük Birliği'nin oluşturulmasında AB'den ilham aldıklarını dile getiren Putin, Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'ndan AB'ye geçilmesi Avrupa'nın 40 yılını aldıysa Rusya'nın da uzun vadeli bir süreçte eski Sovyet cumhuriyetleri ile iktisadi bütünleşmeyi sağlayacak bir aşamaya geçeceklerini söylemiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz. (Putin, 2011). Bu bakımdan AEB'nin kurumsal yapısı da AB'ye büyük oranda paralellik göstermektedir (EAÖC, 2024).

1994'ten İkinci Karabağ Savaşı'nın başladığı 27 Eylül 2020'ye kadar gerek cephe hattı gerekse Azerbaycan'ın diğer bölgelerine yönelik Ermenistan tarafından çok sayıda saldırı gerçekleşmiştir. Bu dönemde üç önemli askeri gelişme yaşanmıştır. İlki, 1-5 Nisan 2016 tarihlerinde gerçekleşen "Dört Gün Savaşları"dır. Bu çatışmalarda Azerbaycan, 1994'ten sonra ilk kez cephe hattında kendi lehine değişiklik yapmayı başarmıştır. İkincisi, Mayıs 2018'de Nahçıvan'a bağlı Şarur ilçesinin Günnut köyünün işgalden kurtarılmasıdır. Üçüncüsü ise 12 Temmuz 2020'de Azerbaycan-Ermenistan sınırının kuzeyinde yaşanan Tovuz Saldırıları'dır. Bahsi geçen çatışmalarda bazı bölgelerin işgalden kurtarılması, Karabağ konusunda psikolojik bir eşik olmuştur. Özellikle Dört Gün Savaşları'na kadar Ermeni ordusunun üstün olduğu, Azerbaycan'ın askeri ve ekonomik kapasitesiyle topraklarını işgalden kurtaramayacağı yönündeki üretilmiş algı değişime uğramış, Azerbaycan ordusunun öz güveni artmıştır (Özdaşlı ve Kula, 2023). Azerbaycan, işgal sürecinde askeri, siyasi ve ekonomik kapasitesini Türkiye'nin verdiği destekle sürekli olarak arttırmıştır. Türkiye ayrıca, Karabağ'ın işgalini uluslararası alanda sürekli olarak dile getirmiş, diplomatik manada Azerbaycan'a her manada destek vermiştir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2025).

İkinci Karabağ Savaşı, 27 Eylül 2020'de Ermenistan'ın Azerbaycan topraklarına saldırısı ile başlamıştır. 44 gün devam eden savaşın ilk günü Azerbaycan ordusunun bazı yerleşim birimlerinin ve daha sonra 28 Eylül'de Ermenistan ile Karabağ arasındaki en önemli iribat noktalarından biri olan M11 karayolunu denetleyen Murovdag'ın işgalden kurtarılması Azerbaycan ordusunun ilerleyişini kolaylaştırmıştır. İlerleyen günlerde izlenen askeri stratejilerle Ermenistan ateşkes anlaşması imzalamak zorunda kalmış, Ağdam, Kelbecer ve Laçın rayonları ise 10 Kasım'da Azerbaycan, Ermenistan ve Rusya Federasyonu arasında imzalanan Üçlü Bildiri ile işgalden kurtarılmıştır. 9 maddelik Bildiri'nin 4. maddesinde, Ermenistan Silahlı Kuvvetleri'nin çekilmesine paralel olarak Rus Barış Gücü'nün, Ermenilerin yaşadığı bölgede konuşlandırılacağı belirtilmektedir. Ayrıca bildiride Rus Barış Gücü'nün görev süresinin beş yıl olduğu, taraflardan birinin 6 ay öncesinden aksini belirtmediği takdirde sonraki 5 yıllık dönemler için otomatik olarak yenileneceği ifade edilmiştir (Oxu.az, 10.11.2024).

Rus Barış Gücü'nün Azerbaycan topraklarından tamamen çıkması Azerbaycan'ın 19-20 Eylül 2023 tarihlerinde gerçekleştirdiği antiterör operasyonu ile hızlanmıştır. Hatırlanacağı üzere Azerbaycan, İkinci Karabağ Savaşı'na kadar işgal edilen 13 bin kilometrekare alanın 10 bin kilometrekaresine hâkim olmuş, geri kalan 3 bin kilometrekare alanda 10 Kasım Üçlü Bildirisi'ne göre 2025 yılına kadar Rus barış birliklerinin yerleştirilmesi kabul edilmişti (Valiyev, 2023).

Üçlü Bildiri'de yer almasına rağmen Ermeni silahlı birlikleri ve etnik-ayrılıkçı Ermeni terör grupları bölgeden çıkmamış, saldırılarına devam etmişlerdir. Bununla birlikte geçici olarak Rus güçlerinin konuşlandırıldığı bölgedeki Ermeniler 30 yıllık işgal döneminde olduğu gibi İkinci Karabağ Savaşı'ndan sonra da Karabağ'daki madenleri yasadışı yollarla işletmeye, Azerbaycan kaynaklarını istismar etmeye ve çevreye zarar vermeye devam etmişlerdir. Bunun üzerine Azerbaycanlı çevreciler 12 Aralık 2022'de yasadışı kaçakçılığın yapıldığı Laçın Koridoru üzerinde eylem başlatmışlardır. 19-20 Eylül 2023'te yapılan operasyon ile bölge teröristlerden temizlenmiş, Azerbaycan bölgedeki egemenliğini tamamen sağlamıştır. Buradaki en önemli konulardan biri, Azerbaycan'ın sadece askeri tesisleri ve terörist grupları hedef alması, sivillere yönelik hassasiyetini muhafaza etmesidir.

İkinci Karabağ Savaşı, ayrıca Azerbaycan'ın işgali sonlandırmaya yönelik herhangi bir adımında Rusya'nın devreye gireceği, Kolektif Güvenlik Antlaşması Örgütü'nün (KGAÖ) Ermenistan'a yardım edeceği ve Ermeni lobisinin etkisiyle Batılı ülkelerin birçoğunun Ermenistan'ın yanında olacağı yönündeki bakış açısının gerçeği yansıtmadığını göstermiştir. 30 yıllık işgali 44 gün gibi kısa sürede bitiren en önemli unsur, Azerbaycan'ın uzun yıllara yayılan askeri, siyasi ve hukuki hazırlığı ile Türkiye'nin Azerbaycan'a verdiği çok yönlü destektir. Bu desteğin; Batılı ülkelere, İran'a ve Rusya'ya rağmen gerçekleştirilmesi de kıymetini artırmaktadır.

Rusya ve Batı'ya rağmen Türkiye, Karabağ'da dolaylı da olsa masaya oturan taraflardan biri olmuş, Karabağ'a asker göndermiştir. Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in Minsk Grubu'nu yok sayması da Türkiye'nin Karabağ konusundaki gücünü artırmıştır. Zira yaklaşık 30 yıl boyunca Birleşmiş Milletler (BM) tarafından sorunu çözmek için görevlendirilen AGİT Minsk Grubu³ sorunun çözümünü için adım atmamış, hatta tam tersine çözümün önündeki en büyük engel haline gelmiştir. Nihayetinde Aliyev açıkça AGİT Minsk Grubu'nu yok saydıklarını ifade

³ AGİT Minsk Grubu, Karabağ Sorununun barışçıl yollarla çözülmesi için 1992 yılında Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı tarafından kurulmuştur. 1994 Budapeşte Zirvesi'nde Minsk Grubu için eş başkanlık sistemi getirilmesine ve eş başkanların Rusya, ABD ve Fransa olmasına karar verilmiştir.

ederek, Azerbaycan ile Ermenistan arasındaki sorunların üçüncü tarafların müdahalesi olmadan karşılıklı olarak çözülmesi gerektiğini dile getirmiştir.

Başta Karabağ Sorunu olmak üzere Azerbaycan ile Ermenistan arasında yaşanan anlaşmazlıklara 1990'lı yıllardan itibaren müdahil olan Rusya ve Batılı ülkeler Ermenistan'ı desteklemiş, işgalin sona ermesi için gerçekçi adımlar atmamışlardır. Bu bakımdan 2020'den sonra ortaya çıkan bu diyalog ortamı iyi değerlendirilir ve Ermenistan Batılı ülkelerin ve İran'ın kendisini provoke etmesine izin vermezse tüm bölgenin istikrar ve barışı için tarihi bir fırsat olabilir. Özellikle 2020 yılından sonra sınır sorunları ile ilgili olarak iki ülke arasında ilk defa doğrudan görüşmelerin yapılmaya başlanması oldukça önemlidir. Benzer şekilde 10-11 Mayıs 2024'te Azerbaycan ve Ermenistan Dışişleri Bakanları Kazakistan'da bir araya gelerek iki ülke arasındaki sorunları başka bir ülkenin dahili olmadan ele almışlardır (Omırgazy, 2024). Zira toplantı üçüncü tarafların müdahil olmadığı, dostça girişim⁴ (*good offices*) formatında gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla Kazakistan sadece tarafları bir araya getiren ev sahibi devlet statüsündedir ve Kazakistanlı yöneticiler toplantılara katılmamıştır.

3. İKİNCİ KARABAĞ SAVAŞI'NIN TÜRK DÜNYASININ BÜTÜNLEŞME SÜRECİNE ETKİLERİ

Azerbaycan'ın bağımsızlığını kazandığı tarihten itibaren gerek teknolojik gerekse kurmay akıl bakımından ordusunu modernize etmeye yönelik izlediği politikalar, Karabağ'ın işgalden kurtarılmasını sağlayan en önemli unsurdur. Bununla birlikte Türkiye'nin savaşın başladığı ilk günden itibaren Azerbaycan'a verdiği çok yönlü, tutarlı ve kararlı destek de 44 gün gibi kısa bir sürede başarı kazanılmasında etkili olmuştur. Türkiye ve Azerbaycan ortaklığı sadece Karabağ'daki işgalin sona erdirilmesini sağlamamış, aynı zamanda Türk devletleri arasındaki ilişkinin çok yönlü hale gelmesine katkı sağlamıştır.

Karabağ Zaferi'nden bir yıl sonra, 12 Kasım 2021 İstanbul Zirvesi'nde Türk devletleri arasında daha kurumsal ve daha sıkı bir bütünleşmeyi öngören Türk Devletleri Teşkilatı'nın kurulması bu bakımdan oldukça anlamlıdır. Temelleri 1992'de Türk Dili Konuşan Devletler Zirvesi ile atılan ve daha çok siyasi, ekonomik ve kültürel iş birliği çerçevesinde gelişen bu yapının, 2021'de güvenlik ile ilgili alanları daha net içerir şekilde çok yönlü bir kuruluşa evrilmesinin itici gücü İkinci Karabağ Savaşı olmuştur. Zira bu savaşta, Türkiye ve Azerbaycan ortaklığının ne denli önemli sonuçlar verebileceği somut olarak diğer Türk devletleri tarafından da görülmüştür. Bu savı destekleyen en önemli verilerden biri, TDT'nin temellerinin atıldığı Türk Dili Konuşan Devletler Zirvelerinden sonra açıklanan zirve bildirileri ile Karabağ Savaşı sonrası açıklanan zirve bildirileri arasındaki farklardır.

Öncelikle vurgulamak gerekir ki, 1992'den itibaren yayınlanan zirve bildirilerinde güvenlikten kastedilen terörizm, dini aşırıcılık ve ayrımcılık iken, örneğin TDT'nin 12 Kasım 2021 İstanbul Zirve Bildirisi'nde "*güvenlik meselelerinde yakın eşgüdüm ve iş birliği*" yapılacağı yönündeki beklenti, 11 Kasım 2022 Semerkant Zirve Bildirisi'nde daha ileri bir seviyeye çıkarılarak "*...savunma sanayii ve askeri alanda daha yakın iş birliği*" şeklinde ifade bulmuştur. Benzer şekilde 3 Kasım 2023'te Astana'da toplanan TDT Zirve Bildirisi'nde "*...düzenli güvenlik istişarelerinin sürdürülmesi ve savunma sanayii ve askeri konularda daha yakın iş birliği*" yapılması yönündeki sözler de bu bağlamda oldukça önemlidir. Buna paralel olarak Türk devletlerinin Milli Güvenlik Kurseyi (MGK) Başkanları toplantıları 2022'den bu yana düzenli olarak yapılmaya başlanmıştır (Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği, 2022).

7 Ekim 2025'te Azerbaycan'ın Gebele şehrinde düzenlenen "Türk Devletleri Teşkilatı 12. Zirvesi" ise Türk devletleri arasındaki askeri iş birliğinin en açık şekilde ifade bulduğu zirve toplantılarından biri olmuştur. Özellikle Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in TDT ülkeleri arasında ortak tatbikat yapılmasını önermesi oldukça önemlidir. Zirve kapsamında yaptığı konuşmada güvenlik sağlanmadan gelişimin mümkün olmayacağını ifade eden Aliyev, TDT'ye üye ülkeler arasında askeri ve askeri teknik alandaki iş birliğinin önemine Türkiye-Azerbaycan askeri iş birliği üzerinden vurgu yapmıştır. Son 1 yılda Türkiye ve Azerbaycan'ın 25'ten fazla ortak tatbikat yaptığını ifade eden Aliyev, TDT ülkeleri arasında savunma ve güvenlik alanlarında geniş iş birliklerini göz önünde bulundurarak 2026'da Azerbaycan'da TDT ülkelerinin ortak askeri tatbikat yapmasını önermiştir (Anadolu Ajansı, 07.10.2025). Dolayısıyla 1992'den beri ilk defa Türk devletleri arasında askeri alanda iş birliği yapılması isteği zirve bildirilerinde açıkça yer bulmuştur. Bu noktada Türk devletlerinin uzun süre askeri ve

⁴ Devletler arasındaki müzakere sürecinin başlatılması için bir yöntem olan dostça girişim; tarafların bir araya getirilmesini ve müzakerelerin kolaylaştırılmasını sağlamakla sınırlıdır. Dostça girişimde bulunan tarafın müzakerelere katılımı söz konusu değildir, sadece ev sahibi sıfatıyla tarafları bir araya getirme görevi bulunmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. (Bilder, 1986, s. 24).

güvenlik konuları arka planda tuttukları anlaşılmaktadır. Bu bakımdan Türk Dili Konuşan Devletler Zirvesi'nin ilkinin gerçekleştirildiği 1992'de yaşananlar, Türk Dünyası'nın bütünleşmesinde alınan mesafeyi göstermesi açısından dikkate değer bir kıyaslama olacaktır. Örneğin 30-31 Ekim 1992'de gerçekleşen ilk zirvede, Azerbaycan dışındaki diğer Türk devletleri Türkiye'nin hazırladığı ilk bildiriye imzalamayı uygun bulmayarak, kesin taahhütleri gerektirmeyen Ankara Bildirisi'ni imzalamışlardır (Amirbek vd., 2017, s. 167).

İkinci Karabağ Savaşı sırasında Türk devletlerinin farklı düzeylerde Azerbaycan'ın yanında olması Türk Dünyası'nın bütünleşmesi açısından oldukça önemlidir. Özellikle KGAÖ üyesi Kazakistan ve Kırgızistan'ın gerek örgüt içinde gerekse uluslararası siyasette verdikleri destek oldukça mühimdir. Buradaki önemli olan nokta, Ermenistan'ın da KGAÖ üyesi olmasıdır. Hatta savaş sırasında ve sonrasında Ermenistan Başbakanı Nikol Paşinyan sık sık Kazakistan ve Kırgızistan'ı kastederek KGAÖ üyesi ülkelerin Azerbaycan'a destek vermelerinden duyduğu rahatsızlığı dile getirmiştir. Benzer şekilde, Azerbaycan'ın 19-20 Eylül 2023'te düzenlediği antiterör operasyonundan önce, 8 Temmuz 2023'te Karabağ'daki ayrılıkçılar tarafından gerçekleştirilen yasadışı seçimlere de Türk Dünyası ortak tepki göstermiştir. Türkiye, Kazakistan (Kırım Haber Ajansı, 2023a) ve Özbekistan (Kırım Haber Ajansı, 2003b) seçimleri tanımadıklarını belirten resmî açıklamalar yaparken, TDT'de provokatif eylemi olarak nitelendirdiği sözde seçimleri kınamıştır (Organization of Turkic States, 09.09.2023).

Türk devletleri arasındaki dayanışma ruhu ve iş birliği İkinci Karabağ Savaşı'ndan sonra da devam etmiştir. Başta Türkiye olmak üzere Türk devletlerinin işgalden kurtarılan Karabağ'ın yeniden imarına yönelik de destekleri devam etmektedir. Fuzuli'de Kazakistan Çocuk Yaratıcılık Merkezi, Özbekistan Mirzo Uluğbek Okulu'nu açarken, Kırgızistan ise Ağdam'da okul inşa edeceğini duyurmuştur.

Türkiye'nin Türk Dünyası'nı bütünleştirme hedefi uluslararası alanda farklı tepkilere neden olmuş, bazı refleksler de ortaya çıkmıştır. Örneğin, Batı'da bazı çevreler Türkiye'nin, güç bloklarının ortadan kalkmasından yararlanarak ve AB'den dışlanmasına bir tepki olarak alternatif bir Türkçe konuşan dünya topluluğu oluşturma arayışında olduğunu savunmuştur. Rusya ve İran'da ise Türkiye'nin bu yöneliminin bir tür Turancılık ve Pantürkizm olduğu, kendilerinin toprak bütünlüklerini gelecekte tehlikeye sokacak bir yayılmacılık ihtimali taşıdığına dair tepkiler ortaya çıkmıştır (Sarıkaya, 2021).

4. TÜRK DÜNYASI'NIN BÜTÜNLEŞTİREN ÇATI ÖRGÜT: TÜRK DEVLETLERİ TEŞKİLATI

Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla beş Türk devletinin bağımsızlıklarını kazanması, Türk dış politikası açısından tarihi fırsatlara kapı aralamıştır. Bu tarihten itibaren Türkiye ile Türk Dünyası arasında siyasi, ekonomik ve kültürel iş birliğinin artırılması amacıyla birçok adım atılmıştır. Günümüzde kurumsallaşmış bir örgüt haline gelen Türk Devletleri Teşkilatı'nın temelleri de bu dönemlerde atılmıştır. TDT'nin kurulmasını sağlayan süreç, 1992 yılında Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan ve Türkmenistan devlet başkanlarının katılımıyla Ankara'da düzenlenen "Türk Dili Konuşan Devletler Devlet Başkanları Zirvesi" ile başlamıştır. Belirli aralıklarda düzenlenen bu zirve toplantılarında, ağırlıklı olarak Türk devletleri arasındaki tarihi ve kültürel ortaklıklar üzerinden iş birliğinin geliştirilmesi, ekonomik ve siyasi alanlarda daha yakın ilişki kurulması gibi konular üzerinde durulmuştur. Söz konusu dönemlerde post-Sovyet bölgelerde bulunan Türk devletleri üzerindeki nüfuzu bugünle kıyaslandığında oldukça güçlü olan Rusya'nın tepkisini çekebilecek askeri ve stratejik konular ise daha dolaylı olarak ele alınmıştır. Zira bağımsızlıklarını yeni kazanmış Türk devletleri o tarihlerde Moskova'nın "hassasiyetlerini" dikkate almak zorunda kalmışlardır. Nihayetinde bu devletler, bir asrı aşkın bir süre boyunca Çarlık ve Bolşevik Rusya'nın hakimiyetinde yaşamak zorunda kalmışlardır (Akıncı, Jafarlı, 2020, s.511-521).

1990'lı yılların başlarında Rusya, Türk devletleri arasında giderek artan iş birliğini kendisi açısından bir tehdit olarak algılamıştır. 1. Türk Dili Konuşan Devletler Devlet Başkanları Zirvesi sonrasında hazırlanan ilk bildirinin bazı Türk devletleri tarafından imzalanmamasında Moskova'nın bu hassasiyetinin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle zirvenin sonunda kesin taahhütler bulunmayan, örneğin bölgede güvenliğin artırılması, fikir uyuşmazlıklarına barışçıl yollarla çözüm bulunması, hidrokarbon kaynaklarının üretimi ve işletilmesine yönelik projelerinin birlikte gerçekleştirilmesi, iletişim sektöründe iş birliğine gidilmesi gibi somut olmayan beyanların yer aldığı Ankara Bildirisi imzalanmıştır (Amirbek vd. 2017, s. 167).

Moskova'nın bu tavrını desteklemesi açısından 1994'te İstanbul'da yapılan 2. Türk Dili Konuşan Devletler Devlet Başkanları Zirvesi'nden hemen önce, Rusya Dışişleri Bakanlığı Sözcüsü'nün bahsi geçen toplantıdan endişe duyduklarını ve katılımcı ülkelerin Pan-Türkçü duygulara kapılmamaları gerektiğini ifade eden beyanatı da önemlidir. Bu açıklamaya karşı dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel, Türkiye'nin Pan-Türkçü ya da Pan-

İslâmcı hedeflerinin ve Türkistan'da nüfuz geliştirmeye yönelik niyetinin olmadığını dile getirmiştir (Amirbek vd. 2017, s. 169). Bu nedenlerin de etkisiyle TDT'nin temelini atıldığı bu dönemlerde ekonomik, kültürel ve eğitim alanlarında yoğun olarak iş birliğini geliştirecek kararlar alınmış, stratejik alanlardaki iş birlikleri ise bu tür hassasiyetler dikkate alınarak zamana yayılmıştır.

3 Ekim 2009'da Nahçıvan Anlaşması imzalanmasıyla Türk Dili Konuşan Ülkeler İşbirliği Konseyi (Türk Keneşi) kurulmuş ve zirve toplantıları yerine Türk devletleri arasında daha sıkı bir örgütlenme zemini tesis edilmiştir.⁵ 12 Kasım 2021'de düzenlenen İstanbul Zirvesi'nde ise Türk Keneşi yeniden yapılandırılarak TDT adını almıştır.⁶ 1992'den itibaren devam eden uzun bir kurumsal altyapının çıktısı olan TDT, Türk devletleri arasında çok yönlü iş birliğini ve entegrasyonu geliştirmeyi ilke olarak benimsemiş, daha önce gündeme gelmeyen veya daha az üzerinde durulan konuları gündemine almaya başlamıştır. Bununla birlikte TDT'nin ilişkili kuruluşları olan Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı (TÜRKSOY),⁷ Türk Devletleri Parlamenter Asamblesi (TÜRKPA),⁸ Türk Akademisi,⁹ Türk Kültür ve Miras Vakfı¹⁰ ile Ortak Türk Ticaret ve Sanayi Odası¹¹ da Türk Dünyası'nın bütünleşmesinde önemli aktörler olarak görülmektedir. Türk Dünyası'nın bütünleşmesi sürecine en fazla katkı sağlayan kurumlardan biri de eğitim, kültür, bilimsel toplantı gibi çok farklı alanlarda faaliyet sürdüren Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı ve 2009'da faaliyetlerine başlayan Yunus Emre Enstitüsü'dür.¹² Benzer şekilde 1992-1997 yılları arasında Türk Dünyası'na yönelik yayın yapan TRT Avrasya Televizyonu, günümüzde ise TRT Avaz da Türk halkları arasındaki iletişimin geliştirilmesine katkı sağlamıştır.

Kurumsal manada derinleşme ile birlikte TDT'nin üye sayısında da artış yaşanmıştır. 15 Ekim 2019'da Bakü'de düzenlenen 7. Zirve'de Özbekistan teşkilata üye olarak katılmıştır. 3 Eylül 2018'de Kırgızistan'da düzenlenen 6. Zirve'de Macaristan, 12 Kasım 2021'de İstanbul'da düzenlenen 8. Zirve'de Türkmenistan¹³, 11 Kasım 2022'de Semerkant'ta düzenlenen 9. Zirve'de Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC), 3 Kasım 2023'te Astana'da düzenlenen 10. Zirve'de ise Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (EİT)¹⁴ TDT'ye gözlemci üye statüsü ile katılmıştır.

Türk Dünyası'nın gelecek on yıllarda yol haritası olarak değerlendirilen "2040 Vizyon Belgesi", 12 Kasım 2021 İstanbul Zirvesi'nde kabul edilmiştir. Türk halkları arasındaki iş birliği ve dayanışmanın genişletilerek derinleştirilmesinin teyit edildiği belgede, "Siyasi ve Güvenlik İşbirliği", "Ekonomik ve Sektörel İşbirliği", "Halklararası İşbirliği" ve "Üçüncü Taraflarla İşbirliği" olmak üzere dört ana başlıkta kurumsal ve ikili ilişkiler düzeyinde ilişkilerin derinleştirilmesi hedefine vurgu yapılmıştır (Beylur, 2021). Siber güvenlikten uzay çalışmalarına, turizmde yeşil enerjiye kadar pek çok önemli ve güncel alanlarda iş birliği yapılmasını öngören

⁵ Kurumsal merkezi İstanbul olan Türk Keneşi'nin akademik merkezi Kazakistan'da bulunmaktadır. Bkz. (Türk Devletleri Teşkilatı, 2024a).

⁶ Türk Devletleri Teşkilatı'nın ilişkili olduğu kuruluşlar TÜRKSOY, TÜRKPA, Türk Akademisi, Türk Kültür ve Miras Vakfı ve Ortak Türk Ticaret ve Sanayi Odası'dır. Bkz. (Türk Devletleri Teşkilatı, 2024a).

⁷ Türk Dünyası'nın UNESCO'su olan TÜRKSOY, 1993 yılında, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanları tarafından imzalanan anlaşmayla kurulmuştur. UNESCO, Türk Dünyası'nda kurulan ilk iş birliği teşkilatı olma özelliğine de sahiptir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Rusya Federasyonu'na bağlı Tataristan, Başkurdistan, Altay, Saha, Tuva ve Hakas Cumhuriyeti ile Moldova'ya bağlı Gagavuz Yeri de TÜRKSOY'a gözlemci üye olarak katılmışlardır. Bkz. (TÜRKSOY, 2024).

⁸ Merkezi Bakü olan Türk Dili Konuşan Ülkeler Parlamenter Asamblesi (TÜRKPA) 21 Kasım 2008'de kurulmuş olup, parlamenter diplomasinin geliştirilmesi suretiyle, üye ülkeler arasındaki mevcut bağları her alanda güçlendirmeye katkı sunmayı amaçlamaktadır. TDT'ye ilişkili kuruluşlarla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. (Türk Devletleri Teşkilatı, 2024b).

⁹ Merkezi Kazakistan'da bulunan Türk Akademisi, 2012 yılında Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye tarafından dil, edebiyat, kültür ve tarih alanlarında ortak bilimsel araştırmaları koordine etmek ve kadim Türk medeniyetinin özgün kaynaklara dayalı olarak incelenerek insanlığa olan katkısı değerlendirilmek amacıyla kurulmuştur. Bkz. (Türk Devletleri Teşkilatı, 2024c).

¹⁰ 2012 yılında Biskek Zirvesi'nde kurulan Türk Kültür ve Miras Vakfı, üye ülkelerde Türk mirasını korumayı ve bu yönde projeler geliştirmeyi hedeflemektedir. Bkz. (Türk Devletleri Teşkilatı, 2024d).

¹¹ 2019 yılında İstanbul'da daimi bir sekreteryası ile kurulan Ortak Türk Ticaret ve Sanayi Odası, Türk Devletlerinin iş çevreleri arasındaki iş birliğini desteklemeyi, ekonomik entegrasyon ile ekonomik ve sosyal kalkınmayı daha da ileri seviyeye taşımayı amaçlamaktadır (Türk Devletleri Teşkilatı, 2024e).

¹² Yunus Emre Enstitüsü, birçok ülkede kurduğu merkezlerde eğitim-öğretim çalışmalarının yanı sıra Türk dilinin, tarihinin, kültürünün ve sanatının tanıtılması amacıyla birçok faaliyet yürütmekte, bilimsel çalışmalara destek vermektedir.

¹³ Türkmenistan'ın TDT'ye gözlemci üye olmasının temel nedenlerinden biri, 1995 yılında BM daimi tarafsızlık statüsü kazanmasıdır.

¹⁴ EİT, 1985 yılında Türkiye, İran ve Pakistan tarafından bölgesel ekonomik iş birliğini geliştirmek amacıyla kurulmuş olup, Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra bağımsızlıklarını kazanan Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan ile Afganistan örgüte üye olmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, 2024).

adı geçen belgedeki en önemli başlıklardan biri hiç şüphesiz üye ülkeler arasında güvenlikle ilgili iş birliğinin artırılması hedefinin açıkça yer almasıdır.

6 Temmuz 2024 tarihinde düzenlenen TDT Gayriresmi Zirvesi’nde imzalanan Karabağ Bildirisi de Türk devletleri arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi bakımından önemlidir. Bildiride yer alan, “Stratejik ortaklıklarını daha da güçlendirmek, derinleştirmek ve TDT’nin ortak stratejisini şekillendirmek için Türk devletlerinin siyaset, ekonomi, ulaştırma, savunma sanayisi, insani, eğitim ve kültür alanlarındaki tüm potansiyelin ve fırsatların kullanmasının önemi vurgulanmıştır (Türk Devletleri Teşkilatı, 2024f).

5. TÜRK DEVLETLERİ ARASINDAKİ İKİLİ İLİŞKİLERİN TÜRK DÜNYASININ BÜTÜNLEŞMESİNE KATKISI

Türk Dünyası bütünleşme süreci bir taraftan TDT’nin çatısı altında kurumsal olarak devam ederken, diğer taraftan ise Türk devletleri arasındaki ikili ilişkiler ile ivme kazanmaktadır. Türk devletleri arasında farklı alanlarda çok sayıda ikili iş birliği ve ittifak anlaşmaları imzalanmıştır. Bu manada Türkiye ve Azerbaycan arasındaki askeri iş birliği, diğer Türk devletleri açısından da bir modeldir. Zira Türkiye ile askeri ilişkiler bakımından Azerbaycan, sadece iş birliği derecesine göre değil, Türk askeri ve güvenlik servisleriyle entegrasyon açısından da *sui generis* bir örnektir. 1990’ların başlarında Sovyet eğitim ve operasyon modelinden Türk modeline geçen Azerbaycan ordusu Türk eğitimciler tarafından eğitilmiş, çok sayıda Azerbaycanlı subay Türk askeri okullarında eğitim görmüş ve Türk askeri teçhizatı uzun yıllardır Azerbaycan tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Outzen, 2024, s. 22-23). İki ülke arasında 1992’den sonra birçok önemli anlaşma imzalanmış olup,¹⁵ bunlar arasında 16 Ağustos 2010’da imzalanan Stratejik Ortaklık ve Karşılıklı Yardım Anlaşması ve 15 Haziran 2021’de imzalanan Şuşa Beyannamesi oldukça önemlidir. Stratejik Ortaklık Anlaşması’nın 2. maddesinde “*tarafardan birinin saldırıya uğraması durumunda diğer ülkenin tüm imkân ve kabiliyetlerini kullanarak diğerine yardımda bulunacağı*” yönündeki ifadelerle iki ülke arasında askeri ittifak resmen kurulmuştur.¹⁶ Şuşa Beyannamesi ile ise ikili ilişkiler resmen müttefiklik seviyesine çıkarılmıştır. Devletler arası ilişkiler açısından en üst düzey ilişki biçimini ifade eden “müttefiklik”, Türkiye ile Azerbaycan arasında imzalanan bir anlaşmada ilk kez ve açıkça yer almıştır.

Diğer taraftan Türkiye dışındaki diğer Türk devletleri arasındaki sorunlar çözülmekte ve askeri ve güvenlik temelli ilişkiler de gittikçe derinleşmektedir. İlk olarak Azerbaycan ve Türkmenistan arasındaki en önemli sorun olan Hazar Denizi’nin statüsü sorunu, kıyıdaş devletler arasında 2018’de imzalanan anlaşmadan sonra büyük oranda çözülmüş, iki ülkenin deniz yatağında petrol arama konusunda yaşadığı sorun ise 21 Ocak 2021’de imzalanan anlaşma ile kesin olarak karara bağlanmıştır.¹⁷ İlham Aliyev tarafından “tarihi” olarak nitelendirilen bu anlaşmayla, Azerbaycan’ın “Kepez”, Türkmenistan’ın ise “Serdar” olarak nitelendirdiği ve “Dostluk” olarak değiştirilen deniz yatağının ortak işletilmesine karar verilmiştir. Böylece Azerbaycan ve Türkmenistan, Hazar Denizi’nde ilk kez ortak yatak işletmeye başlayacaktır (Əsədova, 2023, s. 116).

Özbekistan ve Kırgızistan arasında Sovyetler Birliği döneminden kaynaklanan sınır sorunları 2023’de kesin olarak çözümlürken, Kazakistan ile Özbekistan arasındaki devlet sınırlarını belirlemesine yönelik anlaşma 19 yıl süren müzakerelerin ardından 4 Temmuz 2023’te yürürlüğe girmiştir (Қыдырбаева, 2023). 23 Ağustos 2024’te ise Azerbaycan ile Özbekistan, ikili ilişkileri müttefiklik düzeyine çıkaran bir ittifak anlaşma imzalanmıştır (Azərbaycan Respublikasının Prezidenti, 2024). Ocak 2025 itibarıyla ise iki ülke arasında kimlik kartı ile seyahat konusunda ön görüşmeler başlamıştır (Modern.az, 2025). 19 Aralık 2022’de Kazakistan ve Özbekistan (Осман, 2024), 20 Nisan 2024’te ise Kazakistan ve Kırgızistan Müttefiklik Anlaşmaları imzalamışlardır (ANKASAM, 2024). Kazakistan ve Özbekistan, müttefik anlaşmasına ek olarak 8 Ağustos 2024’te müttefiklik ilişkilerini derinleştirecek yeni bir anlaşmaya da imza atmıştır.

Türk Savunma Sanayi’nde son yıllarda yaşanan gelişme ile Türkiye küresel silah ticaretinde öne çıkan devletlerden biri olmuştur. Özellikle Türk savunma sanayii açısından adeta bir marka değeri haline gelen Türk silahlı/insansız

¹⁵ Bu anlaşmalardan bazıları; 24 Ocak 1992 tarihli Dostluk ve İşbirliği Anlaşması, 2 Kasım 1992 tarihli İşbirliği ve Dayanışma Anlaşması, 9 Şubat 1994 tarihli Dostluğun ve Çok Yönlü İşbirliğinin Geliştirilmesine İlişkin Anlaşma, 5 Mayıs 1997 tarihli Stratejik Ortaklığın Derinleştirilmesine İlişkin Deklarasyon, 16 Ağustos 2010’da Stratejik Ortaklık ve Karşılıklı Yardım Anlaşması’dır.

¹⁶ Anlaşmanın tam metni için bkz. (Türkiye Cumhuriyeti ile Azerbaycan Cumhuriyeti Arasında Stratejik Ortaklık ve Karşılıklı Yardım Anlaşması, 2024).

¹⁷ Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. (Kaya, 2024, s. 172-207).

hava araçları (S/İHA), fiyat/kalite performansı açısından muadillerinden daha fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Nitekim 2014'te S/İHA satışında Çin zirvedeyken, 2021'de Çin'i geride bırakan Türkiye dünyanın en büyük S/İHA tedarikçisi haline gelmiştir. İkinci Karabağ Savaşı'nın yanı sıra Türk S/İHA'ları'nın Libya ve Ukrayna'da gösterdiği başarı ve teslimattaki hızı küresel piyasada Türkiye'yi ön plana çıkarmıştır. Amerikan Güvenlik Merkezi'nin 8 Eylül 2024 tarihli raporuna göre 2018'den bu yana Türkiye, küresel İHA satışının %65'ini gerçekleştirmiştir (Campbell, 2024).

Türk S/İHA'larına olan küresel ilginin 2021'den itibaren artması ve Türkiye'nin dünya S/İHA tedarikinde lider konuma gelmesinde, İkinci Karabağ Savaşı'nda Türk S/İHA'larının gösterdiği üstün performansın oldukça etkili olduğu söylenebilir. Nitekim İkinci Karabağ Savaşı ile Türk savunma sanayinin gelişiminin tüm dünyada ve elbette Türk Dünyası'nda daha net görülmesinin Türkiye'nin Azerbaycan dışındaki Türk devletleri ile askeri ve güvenlik alanındaki ilişkilerine olumlu etki yaptığı aşikardır. Bu bakımdan İkinci Karabağ Savaşı'ndan sonra Türk devletleri arasındaki ilişkilerde nispeten daha geri planda kalan askeri/güvenlik alanlarında da büyük ilerleme kaydedilmesine dair güçlü bir irade ve özgüven ortaya çıkmıştır.

Her ne kadar Türkiye'nin 2020'den önce de Türk devletleri ile askeri ilişkileri mevcut olsa da bu tarihten sonra büyük gelişme kaydedilmiştir. Ülke bazında ele aldığımızda Türkiye'nin Azerbaycan'dan sonra en fazla askeri alanda iş birliği yaptığı Türk devleti olan Kazakistan ile de 2020'den sonra daha kapsamlı ortaklıklar geliştirdiği görülmektedir. Bu bağlamda 2022'de Türkiye-Kazakistan arasında İstihbarat ve Askeri İşbirliği Protokolü'nün imzalanması, Aselsan, TUSAŞ, OTOKAR gibi askeri şirketlerin faaliyetlerinin artması dikkate değerdir. Kırgızistan ise 2021 yılında Türkiye'den çok sayıda Bayraktar TB2 S/İHA ve askeri araç almış ve bu askeri iş birliği 2022, 2023 ve 2024 yıllarında da artarak devam etmiştir. Özbekistan'ın Türkiye ile askeri iş birliği 2020'den önce başlasa da bu tarihten sonra arttığı görülmüştür. Özellikle 23 Kasım 2022'de imzalanan Askeri İşbirliği Anlaşması ile Türkiye ve Özbekistan arasındaki askeri alandaki yakınlaşmanın arttığı görülür. Son olarak Türkiye-Türkmenistan askeri iş birliği oldukça dikkat çekicidir. Zira bağımsızlığını ilan ettikten sonra 1995 yılında Daimi Tarafsızlık Statüsü elde eden Türkmenistan, Türk Dünyası da dahil olmak üzere diğer ülkelerle ilişkilerinde daha kontrollü olmuştur. Buna rağmen Türkmenistan'ın Türkiye ile askeri alandaki ilişkisi uzun bir geçmişe ve kapsamlı bir iş birliğine dayanmaktadır. Örneğin, daha 2012-2017 yılları arasında bile Türkmenistan'ın en büyük silah ihracatçısı Türkiye olmuştur. Stockholm Uluslararası Barış Araştırmaları Enstitüsü'nün (SIPRI) Mart 2019'daki raporuna göre, Türkiye %46 ile Türkmenistan'ın ana silah tedarikçisi haline gelmiştir. Türkmenistan, başta Türk S/İHA'ları olmak üzere Türkiye'den farklı kalemlerde birçok askeri teçhizat satın almaktadır. Türkiye'nin, Türkmenistan'ın ana silah ihracatçısı olma durumu, son yıllarda Aşkabat'ın gerek Ankara gerekse Türk Dünyası ile daha yakın ilişki kurma yolundaki politikasında etkili bir unsur olmuştur.

Rusya'nın Gürcistan ve Ukrayna'ya yönelik saldırgan politikaları, Ermenistan'ın Azerbaycan topraklarını işgaline verdiği destek nedeniyle, post-Sovyet coğrafyadaki birçok devlet gibi Türk devletlerinde de Moskova'ya askeri/güvenlik konularında daha az bağımlı olma fikri hem resmi hem de kamuoyu nezdinde daha fazla kabul gören bir görüş haline gelmiştir. Türk devletlerindeki nesil değişimi, Sovyet eğitim sistemine tabi olmuş, dolayısıyla siyasi, askeri ve kültürel açıdan Rus etkisine maruz kalan yöneticilerin sayılarının azalması, Türkiye'nin bu ülkelerdeki etkisini daha kolay artırmasını sağlamıştır. Bununla birlikte Rusya'nın askeri manada boşalttığı alanları, diğer güçlü ve emperyal komşu Çin'in bütünüyle doldurmasına yönelik de Türk devletlerinde ciddi manada endişe bulunmaktadır. Bu durum Türkiye ile daha sıkı askeri iş birliği yapılması fikrinin daha geniş kitlelerce kabul görmesini kolaylaştırmıştır. Güvenlik dışı kolektif ve çok taraflı iş birliği, Türk devlet liderleri ve halklar için "normal" görünmeye başladığında, daha fazla askeri ve güvenlik iş birliğine giden evrimsel yolun da normalleşeceği söylenebilir (Outzen, 2024, s. 22).

6. SONUÇ

27 Eylül 2020'de Ermenistan'ın Azerbaycan topraklarına saldırısıyla başlayan İkinci Karabağ Savaşı, Karabağ'ın 30 yıllık işgalinin sona ermesiyle sonuçlanmıştır. Savaşın başladığı ilk günden itibaren Türkiye'nin Azerbaycan'a sunduğu koşulsuz desteğe ek olarak, diğer Türk devletleri de farklı düzeylerde Azerbaycan'a yönelik desteklerini açıkça ifade etmişlerdir. Hatta Ermenistan ile birlikte KGAÖ üyesi olan Kazakistan ve Kırgızistan'ın Azerbaycan'ın yanında olması, Ermeni siyasetçilerin tepkisine neden olmuştur. Bununla birlikte İkinci Karabağ Savaşı, bir yandan Azerbaycan'ın bölgesel güç olduğunu kanıtlarken, diğer taraftan ise Türkiye ve Azerbaycan arasındaki çok yönlü iş birliğinin büyük hedefleri gerçekleştirebilme iradesini ortaya koymuştur. Bu durum, Türk devletleri arasında daha sıkı bir bütünleşme sürecini teşvik etmiştir. Bunun en somut göstergesi, 1992'de Türk Dili

Konuşan Devletler Zirvesi ile temelleri atılan ve ardından 2009 yılında Türk Keneşi haline gelen yapının daha da kurumsallaşarak TDT adı ile uluslararası bir örgüt yapısına kavuşmasıdır.

İkinci Karabağ Savaşı'nda Türk savunma sanayini kullanan, ordusunu Türk Silahlı Kuvvetlerinin yapısına göre modernize eden Azerbaycan'ın çok kısa sürede başarıya ulaştığı diğer Türk devletleri tarafından da daha net görülmüştür. İşgalin, uzun yıllar boyunca Rusya, ABD, Fransa ve İran gibi ülkeler tarafından desteklenen bir devlete rağmen sona erdirilmesi ise verilen mücadelenin boyutlarını göstermektedir. Türkiye-Azerbaycan arasındaki askeri iş birliğinin Azerbaycan'ı sahada başarıya ulaştırması ve Türk savunma sanayinin ulaştığı teknolojik seviyenin daha net olarak görülmesi, diğer Türk devletlerini Türkiye ile daha yakın askeri ilişki kurmaya yöneltmiştir. Neticede gerek Türkiye'nin diğer Türk devletleriyle gerekse de Türk devletlerinin kendi aralarında askeri, güvenlik ve savunma temelli ilişkilerinde 2020'den sonra pozitif bir ivme yaşanmıştır.

2020 yılından sonra Türk dünyasının bütünleşmesinde olumlu gelişmeler yaşanmasına rağmen, bu süreci yavaşlatan bazı konular da mevcuttur. Özellikle Türk devletleri arasındaki ticaret hacminin beklenen seviyeye ulaşamaması ekonomik bütünleşmenin tam olarak gerçekleşmesini engellemektedir. Taşımacılık ve lojistik ile ilgili bazı meselelerin yanı sıra Türk devletlerinde hali hazırda uygulanan ekonomik politikalar ile gümrük ile ilgili kurallar arasındaki farklılık Türk devletleri arasında ikili ve çok taraflı ekonomik ilişkilerin geliştirilmesini zorlaştırmaktadır. Türk devletlerinin gümrük kurallarının uyumlaştırılması, basitleştirilmesi, olabildiğince standart hale getirilerek gümrüklerde teknolojik ve dijital araçların daha yoğun olarak kullanılmasıyla ekonomik bütünleşme daha hızlı bir şekilde gerçekleştirilecektir. Bu kapsamda ortak lojistik koridorların artırılması, var olanların geliştirilmesi de oldukça önemlidir.

Kanımızca Türk Dünyasının daha sıkı bütünleşmesini engelleyen en önemli konuların başında resmi düzeyin aksine Türk halkları arasındaki entegrasyonun istenilen seviyeye ulaşamaması, toplumsal katmanlar arasındaki iletişimin tam olarak sağlanamamasıdır. Bu durum Türk dünyası halklarının birbirlerini daha yakından tanımalarını engellemektedir. Dolayısıyla Türk devletleri arasındaki turizmin geliştirilmesi için vizelerin kaldırılması yeterli değildir. Özellikle taşıma maliyetlerinde birtakım indirim ve muafiyetlerin sağlanması TDT'nin öncelikleri arasında yer alırsa Türk devletleri arasındaki entegrasyon tam olarak sağlanacaktır.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Akıncı, A. ve Jafarli, J. (2020). Rusya kıskacındaki Türk devletlerinin kimlik mücadelesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(4), 505-524.

Amirbek, A., Anuarbekuly, A. ve Makhanov, K. (2017). Türk dili konuşan ülkeler entegrasyonu: Tarihsel geçmişi ve kurumsallaşması. *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 164-204.

Anadolu Ajansı. (2025). *Azerbaycan'ın Gebele şehrinde "Türk Devletleri Teşkilatı 12. Zirvesi" başladı.* <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/azerbaycanin-gebele-sehrinde-turk-devletleri-teskilati-12-zirvesi-basladi/3709716> adresinden 1 Kasım 2025 tarihinde alınmıştır.

ANKASAM. (2024). *Kazakistan ve Kırgızistan, müttefiklik ilişkilerinin derinleştirilmesi ve genişletilmesine ilişkin bir Antlaşma imzaladı.* <https://www.ankasam.org/kazakhstan-and-kyrgyzstan-signed-a-treaty-on-deepening-and-expanding-allied-relations/> adresinden 1 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti. (2024). *Azərbaycan-Özbəkistan sənədləri imzalanıb.* <https://president.az/az/articles/view/66727> adresinden 11 Eylül 2024 tarihinde alınmıştır.

- Beylur, S. (2021). Türk Dünyası bütünleşmesinde yeni bir dönüm noktası: “Türk Dünyası 2040 vizyonu” (Weekly E-bulletin No. 331). *Eurasian Research Institute*. <https://www.eurasian-research.org/wp-content/uploads/2021/12/Haftalik-e-bulten-29.11.2021-05.12.2021-No-331.pdf>
- Bilder, R. B. (1986). An overview of international dispute settlement. *Emory Journal of International Dispute Resolution*, 1(1), 1-32.
- Birdişli, F. (2020). Bölgesel güvenlik. O. Bingöl ve A. B. Varlık (Ed.), *Güvenlik çalışmaları: Kuramsal yaklaşımlar* içinde Cilt I, İstanbul Arel Üniversitesi Yayınları.
- Campbell, M. (2024). *Drone proliferation dataset*. Center for a New American Security. <https://www.cnas.org/publications/reports/drone-proliferation-dataset> adresinden 11 Kasım 2024 tarihinde alınmıştır.
- Carleton Univesity. (2024). *Extension: What is regional integration?*. <https://carleton.ca/ces/elearning/?p=279> adresinden 21 Ağustos 2024 tarihinde alınmıştır.
- Dedeoğlu, B. (2015). Uluslararası ilişkilerde özel bir alan: Bölgesel bütünleşme. *Yeniüzyıl*.
- Əsədova, N. (2023). Xəzər Dənizinin enerji resurslarından istifadədə Azərbaycan-Türkmənistan əlaqələri. *Şərq Araşdırmaları*, 2, 113-118.
- Günay, Ü. (1989). Din ve sosyal bütünleşme. *Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(6), 1-14.
- Haas, E. B. (1961). International integration: The European and the universal process. *International Organization*, 15(3), 366–392. <https://doi.org/10.1017/S0020818300002207>
- Kaya, E. (2024). Azerbaycan-Türkmenistan ilişkileri ve son dönemdeki yakınlaşmanın ana dinamikleri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi*, 17(46), 172-207.
- Kırım Haber Ajansı. (2023a). *Türk Dünyası harekete geçti: Kazakistan'dan Azerbaycan'a Karabağ desteği!*. <https://www.qha.com.tr/turk-dunyasi/turk-dunyasi-harekete-gecti-kazakistan-dan-azerbaycan-a-karabag-destegi-478214> adresinden 10 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Kırım Haber Ajansı. (2023b). *Türk Dünyasından ilk adım: Özbekistan'dan Azerbaycan'a Karabağ desteği*. <https://www.qha.com.tr/turk-dunyasi/turk-dunyasindan-ilk-adim-ozbekistan-dan-azerbaycan-a-karabag-destegi-478168> adresinden 10 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Modern.az. (2025). *Özbəkistana da şəxsiyyət vəsiqəsi ilə gedə biləcəyik*. <https://modern.az/olke/505249/zbekistana-da-shexsiyyet-vesiqesi-ile-gede-bileceyik/> adresinden 02 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- Omirgazy, D. (2024). *Azerbaijan, Armenia hold peace talks in Almaty*. The Astana Times, <https://astanatimes.com/2024/05/azerbaijan-armenia-hold-peace-talks-in-almaty/> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Organization of Turkic States. (2023, September 9). *Statement by the Secretary General of the Organization of Turkic States on so-called "presidential elections" organized by the illegal regime in the territory of the Republic of Azerbaijan*. <https://www.turkicstates.org/en/news/statement-by-the-secretary-general-of-the-organization-of-turkic-states-on-so-called-presidential-elections-organized-by-the-illegal-regime-in-the-territory-of-the-republic-of-azerbaijan> adresinden 4 Kasım 2025 tarihinde alındı.
- Outzen, R. (2024). Security and military cooperation among the Turkic states in the 2020s. S. E. Cornell (Ed.) *Türkiye's return to Central Asia and the Caucasus* içinde (s. 15-29). Central Asia-Caucasus Institute.

- Oxu.az. (2024, 10 Kasım). *İkinci Karabağ Savaşı'nı sona erdiren Üçlü Bildirinin imzalanmasının üzerinden dört yıl geçti.* <https://oxu.az/tr/gundem/ikinci-karabag-savasi-ni-sona-erdiren-uclu-bildirinin-imzalanmasinin-uzerinden-dort-yil-gecti> adresinden 4 Kasım 2025 tarihinde alınmıştır.
- Özdaşlı, E. ve Kula, C. G. (2023). Bölgesel ve küresel aktörlerin politikaları çerçevesinde İkinci Karabağ Savaşı'nın analizi. E. Özdaşlı, H. Cabbarlı ve E. Paşa (Der.) *Türk Dünyasının güncel meseleler: Devlet, toplum ve siyaset* içinde (s. 85-162). Nobel Yayınları.
- Ploecki, F. (2019). A novel institution: The Zollverein and the origins of the customs union (Discussion paper No. 2019-05). *Jean Monnet Centre of Excellence in International Trade and Global Affairs Discussion Papers.* <https://iit.adelaide.edu.au/ua/media/2051/2019-05-a-novel-institution-fp-final.pdf>
- Protocol on the Nagorno-Karabakh conflict. (1994, May 5). *UN Peacemaker.* <https://peacemaker.un.org/sites/default/files/document/files/2024/05/bishkek20protocol.pdf> adresinden 04 Kasım 2025 tarihinde alınmıştır.
- Putin, V. (2011). *Article published in the newspaper Izvestia a new integration project for Eurasia: The future in the making.* <http://archive.government.ru/eng/docs/16622/print/> adresinden 1 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Reçber, K. (2006). Avrupa güvenlik ve savunma sisteminde NATO'nun dışlanma olasılığına hukuksal bir bakış. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (34), 19-33.
- Sarıkaya, Y. (2021). Türk Dünyasında örgütlenme ve bütünleşme süreci. *Kriter*, 6(62), <https://kriterdergi.com/dosya-turk-dunyasi/turk-dunyasinda-orgutlenme-ve-butunlesme-sureci> adresinden 10 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Schimmelfennig, F. (2010). Integration theory. M. Egan, N. Nugent ve W. Paterson (Eds.) *Studying the European Union: Current and future agendas* içinde (s. 37-59), Palgrave Macmillan.
- Sharp, P. (2009). *Diplomatic theory of international relations*. Cambridge University Press.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2025). *Türkiye - Ermenistan Siyasi İlişkileri.* <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-ermenistan-siyasi-iliskileri.tr.mfa> adresinden 04 Kasım 2025 tarihinde alınmıştır.
- The Kootneeti. (2024). *Integration in international relations: Definition and types.* <https://thekootneeti.in/2022/09/19/integration-in-international-relations-definition-and-types/#:~:text=Integration%20in%20international%20relations%20refers,political%20integration%2C%20and%20cultural%20integration> adresinden 21 Ağustos 2024 tarihinde alınmıştır.
- Tokathoğlu, M. (1999). Bütünleşme biçimleri ve Avrupa Birliği. *Dış Ticaret Dergisi*, 4(15), 89-117.
- TRT Avaz. (2023). *Türk Devletleri Teşkilatı, Karabağ'da düzenlenen sözde seçimleri kınadı.* <https://www.trtavaz.com.tr/haber/tur/avasyadan/turk-devletleri-teskilati-karabagda-duzenlenen-sozde-secimleri-kinadi/64fc909b976b97c74e9916a1> adresinden 10 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- TRT Haber. (2023). *İslam İşbirliği Teşkilatı'ndan çağrı: Karabağ'daki sözde seçimleri tanımayın.* <https://www.trthaber.com/haber/azerbaycan/islam-isbirligi-teskilatindan-cagri-karabagdaki-sozde-secimleri-tanimayin-794516.html> adresinden 10 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Devletleri Teşkilatı. (2024a). *Türk Konseyi hakkında.* <https://www.turkiestates.org/tr/turk-konseyi-hakkinda> adresinden 10 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Devletleri Teşkilatı. (2024b). *Türk DEVLETLERİ Parlamenter Asamblesi.* <https://www.turkiestates.org/tr/partner-detay/turkpa-tr> adresinden 4 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.

- Türk Devletleri Teşkilatı. (2024c). *Türk Akademisi*. https://www.turkicstates.org/tr/iliskili-kurumlar/turk-akademisi_1 adresinden 4 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Devletleri Teşkilatı. (2024d). *Türk Kültür ve Miras Vakfı*. https://www.turkicstates.org/tr/iliskili-kurumlar/turk-kultur-ve-miras-vakfi_5 adresinden 4 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Devletleri Teşkilatı. (2024e). *Ortak Türk Ticaret ve Sanayi Odası*. https://www.turkicstates.org/tr/iliskili-kurumlar/ttso_6 adresinden 3 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Devletleri Teşkilatı. (2024f). *Garabagh Declaration of the informal summit of the Organization of Turkic States*. <https://www.turkicstates.org/u/d/haberler/garabagh-declaration-3357-261.pdf> adresinden 12 Ağustos 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği. (2022). <https://www.mgk.gov.tr/index.php/tdt-uye-ulkeler-mgk-toplantisi-290601072022> adresinden 10 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. (2024). *Ekonomik İşbirliği Teşkilatı*. <https://www.mfa.gov.tr/ekonomik-isbirligi-teskilati-eit.tr.mfa> adresinden 17 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyeti ile Azerbaycan Cumhuriyeti Arasında Stratejik Ortaklık ve Karşılıklı Yardım Anlaşması. (2024). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/05/20110528m1-30-1.pdf> adresinden 22 Eylül 2024 tarihinde alınmıştır.
- TÜRKSOY. (2024). *Tarihçe*. <https://www.turksoy.org/tarihce> adresinden 10 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Valiyev, C. (2023). *Azerbaycan'ın Karabağ'daki antiterör operasyonu*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/gorus-azerbaycanin-karabagdaki-antiteror-operasyonu/2996544> adresinden 21 Ağustos 2024 tarihinde alınmıştır.
- Yapıcı, M. İ. (2007). Uluslararası ilişkiler disiplininde entegrasyon teorilerinin yeri ve etkinliği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(3), 30-157.
- EAEC. (2024). <http://www.eaeunion.org/#about-administration> adresinden 9 Kasım 2024 tarihinde alınmıştır.
- Қыдырбаева, А. (2023). *Қазақ-өзбек мемлекеттік шекарасы шегенделді-CIM*. Курсив. <https://kz.kursiv.media/kk/2023-07-10/qazaq-oezbek-memlekettik-shekarasy-shegendeldi-sim/> adresinden 11 Ağustos 2024 tarihinde alınmıştır.
- Оспан, Ж. (2024). *Қазақстан – өзбекстан: қарым-қатынастың жаңа кезеңі*. Egemen Qazaqstan. <https://egemen.kz/article/359828-qazaqstan-%E2%80%93-ozbekstan-qarym-qatynastynh-dghanha-kezenhi> adresinden 11 Eylül 2024 tarihinde alınmıştır.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

COVAX: SİSTEMSEL SORUNLAR SEBEBİYLE KÜRESEL AŞI EŞİTLİĞİNİN ÇÖKÜŞÜ

COVAX: THE COLLAPSE OF GLOBAL VACCINE EQUITY DUE TO SYSTEMIC PROBLEMS

Doç. Dr. Gökhan DUMAN¹

ÖZ

COVID-19 Aşılarına Küresel Erişim (COVAX) girişimi, 2020’de tüm ülkelerin COVID-19 aşılarına adil şekilde ulaşmasını sağlama hedefiyle başlatıldı. Ancak, yüksek beklentilere rağmen girişim hedeflerini tam olarak karşılayamadı ve bu durum eleştirilere yol açtı. Bu makale, COVAX’ın finansman eksiklikleri, tedarik zincirindeki aksamalar, aşı milliyetçiliği ve jeopolitik rekabetler gibi temel sorunlarını analiz ederek başarısızlığın nedenlerini irdeliyor. Ayrıca, bu faktörlerin küresel sağlık eşitsizliğini nasıl derinleştirdiğini ve gelecekteki pandemi hazırlık planları için alınması gereken dersleri vurguluyor. COVAX’ın deneyimi, uluslararası iş birliğinin zayıflıklarını ortaya çıkarmakla birlikte, kriz yönetimi ve kaynak dağılımında daha etkin mekanizmaların gerekliliğine işaret ediyor. Makale, girişimin küresel sağlık yönetişimini güçlendirme potansiyelini kabul ederek, gelecekteki salgınlarda savunmasız toplumların aşılarla erişimini garanti altına alacak politikaların önemini savunuyor. Sonuç olarak, COVAX’ın yaşadığı zorluklar, adil bir küresel sağlık sisteminin inşası için yol gösterici nitelik taşıyor.

Anahtar Kelimeler: COVAX, COVID-19, Aşı Milliyetçiliği, Küresel Sağlık Yönetişimi.

JEL Sınıflandırma Kodları: F53, I18, H87.

ABSTRACT

The COVID-19 Vaccines Global Access (COVAX) initiative was launched in 2020 with the aim of ensuring that all countries have equitable access to COVID-19 vaccines. However, despite high expectations, the initiative has failed to fully meet its goals, leading to criticism. The study examines the reasons for the failure by analyzing the underlying problems of COVAX, such as funding shortfalls, supply chain disruptions, vaccine nationalism, and geopolitical rivalries. It also highlights how these factors have deepened global health inequalities and the lessons to be learned for future pandemic preparedness plans. While COVAX’s experience reveals the weaknesses of international cooperation, it also points to the need for more effective mechanisms for crisis management and resource allocation. The article recognizes the initiative’s potential to strengthen global health governance and argues for the importance of policies that ensure access to vaccines for vulnerable populations in future pandemics. Ultimately, COVAX’s challenges provide guidance for building an equitable global health system.

Keywords: COVAX, COVID-19, Vaccine Nationalism, Global Health Governance.

JEL Classification Codes: F53, I18, H87.

¹  İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, g.duman@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The study critically analyzes the failure of the COVID-19 Vaccines Global Access (COVAX) initiative, launched in April 2020 by the World Health Organization (WHO), the Coalition for Epidemic Preparedness Innovations (CEPI), and Gavi, the Vaccine Alliance. COVAX aimed to ensure equitable global access to COVID-19 vaccines by delivering 2 billion doses by the end of 2021, with a particular focus on supporting low- and middle-income countries (LMICs) that lacked the resources to secure vaccines independently. However, despite its ambitious objectives, COVAX fell short of its goals, exposing significant weaknesses in global health cooperation. The purpose of the study is to investigate the key factors - financial constraints, logistical hurdles, political dynamics, and geopolitical tensions - that contributed to COVAX's inability to achieve its mission. Additionally, the article explores the implications of this failure for future global health initiatives, emphasizing the need to address systemic inequities in pandemic response. The scope encompasses a detailed examination of the initiative's operational challenges, its impact on global health equity, and the ethical questions surrounding vaccine distribution. By framing the analysis within the concept of global public goods - where vaccines benefit all nations and require collective action - the study underscores the gap between theoretical ideals of equity and their practical realization during a global crisis.

Design/methodology/approach:

The study adopts a multidisciplinary and mixed-methods approach to dissect the failure of COVAX, integrating quantitative data and qualitative insights. It draws on a wide range of sources, including academic literature in health economics, international relations, and public policy, to provide a theoretical foundation. Quantitative data, such as vaccine distribution statistics, funding allocations, and vaccination rates, are sourced from authoritative organizations like the WHO, UNICEF, and the Africa Centres for Disease Control and Prevention. To ground the analysis in real-world contexts, the article includes case studies of vaccine distribution efforts in countries such as Ghana, India, and Brazil, highlighting regional variations in outcomes. Comparative analysis is employed to contrast vaccine access between high-income countries and low- and middle-income countries, revealing disparities in resource allocation and delivery timelines. Additionally, qualitative data from interviews with health officials, policymakers, and global health experts enrich the study by offering perspectives on the systemic barriers faced by COVAX. The analysis combines statistical techniques, such as regression models to explore the relationship between funding and vaccine delivery, with thematic content analysis of policy documents and interview transcripts. This comprehensive methodology enables a robust examination of both the measurable and nuanced dimensions of COVAX's shortcomings.

Findings:

The article identifies a multifaceted set of challenges that undermined COVAX's effectiveness. Financially, the initiative struggled with a significant funding shortfall, estimated at \$8.7 billion by mid-2021, which hampered its ability to compete with wealthier nations securing vaccine doses through bilateral agreements (Usher, 2021). Logistically, LMICs faced substantial barriers, including inadequate cold chain infrastructure, leading to vaccine wastage in countries like Malawi and South Sudan (DEVEX, 2021). Politically, vaccine nationalism exacerbated these issues, as HICs prioritized their own populations - by December 2021, HICs had administered 133 doses per 100 people compared to just 11 doses per 100 in low-income countries (UNICEF, 2022). Geopolitical tensions further complicated the situation, with nations like China and Russia leveraging vaccine donations for diplomatic gain, undermining COVAX's role as a centralized distribution mechanism. These interconnected factors delayed vaccine access in LMICs, contributing to prolonged pandemic conditions, the emergence of variants like Delta and Omicron, and deepened global health inequities. The findings also reveal secondary consequences, such as the erosion of trust in international health initiatives among LMICs and the role of misinformation in reducing vaccine uptake even when doses became available. Collectively, these results highlight how structural and political barriers overwhelmed COVAX's operational capacity.

Conclusion and Discussion:

The failure of COVAX serves as a critical lesson in the fragility of global health governance and the urgent need for reform. The study concludes that achieving equitable vaccine access in future pandemics requires stronger international cooperation and innovative solutions to address the challenges exposed by COVAX. It proposes several actionable recommendations: establishing a global health fund to ensure sustainable financing, negotiating binding agreements to prevent vaccine hoarding, and investing in local manufacturing capacity in low- and middle-income countries, such as South Africa's collaboration with BioNTech, to enhance self-sufficiency. Furthermore, it advocates for multilateral forums, like G20, to facilitate dialogue and mitigate geopolitical tensions that disrupt coordinated responses. Beyond immediate policy changes, the study calls for further research into private sector roles in global health and innovative financing models, such as vaccine bonds, to diversify funding sources. The experience of COVAX raises broader questions about accountability and transparency within international organizations, urging a reevaluation of how global health initiatives are designed and implemented. Ultimately, the analysis emphasizes that solidarity, rather than self-interest, must underpin future efforts to build a more resilient and equitable global health framework capable of withstanding the challenges of pandemics.

1. GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü tarafından Mart 2020'de ilan edilen COVID-19 pandemisi, modern tarihin en önemli küresel sağlık krizlerinden biri olmuştur. Milyonlarca insanın hayatını kaybetmesi ve ekonomik sistemlerin sekteye uğramasıyla birlikte; etkili aşılarda geliştirilmesi ve dağıtılması hükümetler, uluslararası kuruluşlar ve bilim camiası için ilk andan itibaren en önemli öncelik haline gelmiştir. Aşıların hızla geliştirilmesi, insanlığın yaratıcılığının ve iş birliğinin bir kanıtıdır; ancak daha sonra aşıların dağıtımında yaşanan sorunlar, küresel sağlık sistemindeki derin eşitsizlikleri ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda, COVID-19 Aşılarına Küresel Erişim (COVAX) girişimi, COVID-19 aşılarının ekonomik durumlarına bakılmaksızın tüm ülkeler tarafından erişilebilir olmasını sağlamak için iş birliğine dayalı bir çaba olarak Nisan 2020'de başlatılmıştır.

Uluslararası iş birliği, COVID-19 salgını gibi küresel sağlık krizlerine etkili müdahalelerin temel taşıdır. Frenk ve Moon'un (2013) belirttiği gibi, küresel sağlık sorunları ulusal sınırları aşmakta ve yaygın etkilerini hafifletmek için kolektif eylem gerektirmektedir. Modern toplumların seyahat, ticaret ve iletişim yoluyla birbirine bağlı yapısı, bulaşıcı hastalıkların dünya çapında hızla yayılabileceği ve herhangi bir ülkenin bağımsız olarak müdahale etme kapasitesini aşabileceği anlamına gelmektedir. Bu gerçek, ülkelerin bilimsel bilgiyi paylaşma, halk sağlığı stratejilerini koordine etme ve aşılarda gibi kritik kaynaklara eşit erişim sağlama konusunda iş birliği yapma ihtiyacının altını çizmektedir. Gostin (2014) ayrıca bu iş birliğinin, özellikle pandemilerle kendi başlarına mücadele edecek altyapıya veya finansmana sahip olmayan düşük ve orta gelirli ülkeleri desteklemek için mali ve teknik kaynakların bir araya getirilmesi açısından hayati önem taşıdığını vurgulamaktadır.

Sağlık için küresel kamu malları kavramı, uluslararası iş birliğinin pratik gerekliliğini daha da vurgulamaktadır. Smith ve diğerlerinin (2003) belirttiği gibi, pandemik hastalıklara yönelik aşılarda, herhangi bir ülkenin sınırlarının ötesindeki nüfuslara fayda sağlamakta, bu da aşıların geliştirilmesi ve dağıtımını ortak bir küresel sorumluluk haline getirmektedir. COVID-19 vakasında, aşılanmamış bölgelerde yeni varyantların ortaya çıkması, yüksek aşılanma oranlarına sahip ülkelerde bile küresel sağlık güvenliği için sürekli bir tehdit oluşturmıştır. Bu durum, karşılıklı bağımlılık ve küresel dayanışmanın sadece ahlaki bir zorunluluk değil, aynı zamanda küresel sağlık yönetişiminin stratejik bir gereklilik olduğunu göstermektedir. COVAX gibi girişimler bu tarz stratejik hamlelere bir örnek olarak tasarlanmış olup, koordineli çabalar ve kaynak paylaşımı yoluyla daha zengin ülkeler ile düşük ve orta gelirli ülkeler arasındaki uçurumu kapatmayı amaçlamaktadır.

Küresel sağlık yönetişimin önemi, COVID-19 salgını gibi benzeri görülmemiş sağlık krizlerinin yaşandığı bir dönemde ulusal sınırları aşan sağlık sorunlarının ele alınmasında daha da ön plana çıkmıştır. Fidler (2007) tarafından "sınır ötesi kolektif eylem gerektiren sağlık sorunlarıyla başa çıkmak için devletler, hükümetler arası kuruluşlar ve devlet dışı aktörler tarafından resmi ve gayri resmi kurumların, kuralların ve süreçlerin kullanılması" olarak tanımlanan küresel sağlık yönetişimi, sağlık sorunlarını küresel ölçekte yönetmek için iş birliğine dayalı bir yaklaşımı temsil etmektedir. Pandemiler, iklim değişikliği ve süregelen sağlık eşitsizlikleri koordineli uluslararası çabalara duyulan ihtiyacın altını çizdikçe bu sistemin önemi de artmıştır. Küresel sağlık yönetişimini anlamak, süreçlerinde yer alan çeşitli aktörleri tanımayı gerektirir. Ön planda, küresel sağlık çabalarını koordine etmek, standartlar oluşturmak ve uluslara teknik destek sunmakla görevli birincil uluslararası sağlık kurumu olarak hizmet veren Dünya Sağlık Örgütü yer almaktadır (WHO, 2020). Dünya Sağlık Örgütü'nün ötesinde, Birleşmiş Milletler gibi diğer uluslararası kuruluşlar da Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı gibi kurumlar aracılığıyla önemli katkılarda bulunmakta ve sağlık girişimlerini daha geniş kalkınma hedeflerine entegre etmektedir (UN, 2021). Dünya Bankası da özellikle düşük ve orta gelirli ülkelerde sağlık sistemlerini güçlendirmek için mali ve teknik yardım sağlayarak önemli bir rol oynamaktadır (World Bank, 2021).

Küresel sağlık yönetişiminin, ulus ötesi sağlık sorunlarını toplu olarak ele alan temel bir işlevi bulunmaktadır. Bu işlev, acil sağlık durumlarına uluslararası müdahaleleri koordine etmektir. COVID-19 salgını, Dünya Sağlık Örgütü'nün kritik bilgileri yayma, halk sağlığı rehberi yayınlama ve bu çalışmanın temel odak noktasını da oluşturan COVAX gibi girişimler aracılığıyla aşı dağıtımını destekleme çabalarına öncülük etmesiyle bunu canlı bir şekilde göstermiştir (WHO, 2020). Koordinasyon işlevinin yanında temel kaynakların hareketi geçirilmesi de önemli bir işlevi temsil etmektedir. Küresel sağlık yönetişimi, dünya çapındaki sağlık girişimlerini desteklemek için finansman, uzmanlık ve altyapıyı kanallaz eder. AIDS, Tüberküloz ve Sıtma ile Mücadele Küresel Fonu, milyarlarca doları bu hastalıklarla mücadeleye yönlendirerek küresel yüklerini önemli ölçüde azaltarak buna örnek teşkil etmektedir (The Global Fund, 2021). Bu tür bir kaynak seferberliği yalnızca araştırma ve tedavi geliştirmeyi desteklemekle kalmayarak aynı zamanda kaynakları sınırlı ortamlardaki sağlık sistemlerini de güçlendirerek yerel ihtiyaçları küresel bir bağlamda ele alma kapasitelerini artırma potansiyeline sahiptir. Sağlıkta eşitliğin teşvik

edilmesi ve sağlığın sosyal belirleyicileri ile mücadele edilmesi, bu yönetim sisteminin bir başka boyutunu oluşturmaktadır.

Küresel sağlık yönetişimi; yoksulluk, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişim gibi sağlık eşitsizliklerinin altında yatan nedenleri ele alan politikaları savunarak, sosyoekonomik veya coğrafi koşullardan bağımsız olarak tüm bireylerin optimal sağlığa ulaşabilmesini sağlamayı amaçlamaktadır (Marmot vd., 2008). Ancak küresel sağlık yönetişiminin etkinliği, aktörlerinin davranışlarını etkileyen bir dizi norma bağlıdır. Bunlar dayanışma, kolektif eylem ve karşılıklı destektir. Bu anlamda, COVID-19 aşılara eşit erişim sağlamak için tasarlanan COVAX girişimi, aşılarda küresel olarak dağıtmak için kaynakları bir araya getirerek ve servete dayalı erişim yerine kapsayıcılığa öncelik vererek bu normu somutlaştırmaktadır (Berkley, 2020). Bu ortak sorumluluk anlayışı, rekabet yerine iş birliğini teşvik ederek küresel sağlık çabalarını güçlendirmektedir. Salgın hastalıklardan iklimle ilgili sağlık risklerine kadar küresel sağlık tehditleri ortaya çıktıkça, küresel sağlık yönetişiminin rolü de artacaktır. Başarısı, iş birliğini güçlendirmeye, kapsayıcılığı sağlamaya ve ortaya çıkan zorluklara uyum sağlamaya bağlıdır. Küresel sağlık yönetişimi, işlevlerini ve normlarını koruyarak, kolektif eylemin bölünmeye karşı zafer kazandığı daha sağlıklı ve daha adil bir dünyanın yolunu açabilir.

Bu anlamda COVAX küresel sağlık yönetişiminin paydaşları, Dünya Sağlık Örgütü, Salgın Hastalıklara Hazırlık Yenilikleri Koalisyonu (CEPI) ve Aşı İttifakı Gavi tarafından çok sayıda hükümet, sivil toplum kuruluşu ve özel sektör ortağının desteğiyle yürütülmüştür. Girişim, özellikle düşük ve orta gelirli ülkelere odaklanarak COVID-19 aşılarının geliştirilmesini, üretimini ve adil dağıtımını hızlandırmayı amaçlamıştır. COVAX, kaynakları bir araya getirerek ve toplu pazarlık gücünden yararlanarak katılımcı ülkeler için aşı dozlarını güvence altına almayı, sağlık çalışanlarına ve savunmasız nüfuslara öncelik vermeyi ve nihayetinde pandemiyi sona erdirmeye yönelik küresel çabaya katkıda bulunmayı amaçlamıştır (WHO, 2020). Girişim, her katılımcı ülkede nüfusun en az %20'sinin aşılama hedefiyle 2021 yılı sonuna kadar 2 milyar doz aşı sağlamak gibi iddialı bir hedef belirlemiştir (Gavi, the Vaccine Alliance, 2020).

COVAX'ın kuruluşu uluslararası toplum tarafından iyimserlik ve yüksek beklentilerle karşılanmıştır. Girişimin ortaya çıkışı ortak bir tehdit karşısında uluslararası iş birliği ve dayanışmanın bir kanıtı olarak görülmüştür. Girişim, dünyanın dört bir yanından liderlerin destek sözü vermesiyle “küresel bir soruna küresel bir çözüm” olarak nitelendirilmiştir. (United Nations, 2020). Ancak pandemi ilerledikçe COVAX, vaatlerini yerine getirme kabiliyetini engelleyen bir dizi zorlukla karşılaşmıştır. Bu zorluklar arasında finansman yetersizlikleri, tedarik zincirindeki aksamalar, aşı milliyetçiliği ve jeopolitik gerilimler yer almış ve bunların hepsi aşı dağıtımında gecikmelere katkıda bulunarak küresel eşitsizlikleri daha da kötüleştirmiştir.

Bu makale, COVAX'ın başarısızlığına yol açan faktörleri eleştirel bir şekilde incelemekte, bu başarısızlıkların küresel sağlık eşitliği üzerindeki etkisini analiz etmekte ve gelecekteki pandemi hazırlık çabaları için çıkarılabilecek dersleri tartışmaktadır. Çalışma, küresel aşı dağıtımının karmaşıklığını ve ekonomik, siyasi ve sosyal faktörlerin karşılıklı etkileşimini inceleyerek, COVAX'ın neden başarısız olduğuna ve gelecekte küresel sağlık yönetişimini iyileştirmek için neler yapılabileceğine dair kapsamlı bir anlayış sunmayı amaçlamaktadır.

2. COVAX'IN KARŞILAŞTIĞI ZORLUKLAR

İlk andan itibaren COVAX'ın muhtemel başarısı, karmaşık bir mali, lojistik ve siyasi zorluklar ağının üstesinden gelme becerisine bağlıydı. Ancak, aşağıda özetlenen bazı kilit faktörler COVAX girişiminin etkinliğini zayıflatmıştır.

Yoğun dünya nüfusunun aşılama için yeterli finansman sağlamak COVAX için süreklilik arz eden bir zorluktu. Girişim çeşitli hükümet ve kuruluşlardan taahhütler alsa da fonların fiilen ödenmesi genellikle gecikmiş, bu gecikmeler belirsizlik yaratmış ve COVAX'ın aşı üreticilerine zamanında ödeme taahhüdünde bulunma kabiliyetini sınırlamıştır. Örneğin, pandeminin ilk yılında, Haziran 2021'de COVAX, 2021 hedeflerine ulaşmak için gereken 18,1 milyar Amerikan Doları'nın yalnızca 9,6 milyarlık kısmını toplayabilmiş ve bu da COVAX'ı hedeflerini küçültmeye zorlamıştır (Usher, 2021). Bu finansman açığının ortaya çıkardığı sorun, gelişmiş ve ekonomik açıdan güçlü birçok ülkenin aşı üreticileriyle ikili anlaşmalar yapmayı tercih etmesi, kendi nüfusları için dozları güvence altına almak adına yüksek fiyatlar ödemesi ve böylece COVAX için mevcut aşı havuzunu azaltması gerçeğiyle daha da kötüleşmiştir.

Finansman eksikliklerine ilişkin örnekler COVAX'ın karşılaştığı zorlukları vurgulamaktadır. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri COVAX'a başlangıçta 4 Milyar Dolar taahhüt etmiş, ancak katkı ödemesini Şubat 2021'e kadar

ertelemiş, bu da girişimin erken aşı tedarikini güvence altına alma kabiliyetini yavaşlatmıştır (The White House, 2021). Benzer şekilde, Avrupa Birliği de 1 Milyar Avro taahhüt etmiş ancak kendi aşı tedarikine küresel eşitlikten daha fazla öncelik verdiği için eleştirilere maruz kalmıştır (Avrupa Komisyonu, 2020). Bu gecikmeler ve birbiriyle yarışan öncelikler, ulusal çıkarların genellikle öncelikli olduğu bir krizde gönüllü katkılara güvenmenin zorluğunun altını çizmiştir. Dahası, COVAX'ın finansman modeli büyük ölçüde ülkelerin gönüllü katkıları çerçevesinde oluşturulmuş ve bu da aynı ülkelerin sürekli rekabet halindeki ulusal çıkarlarını düşünmeye başlamasıyla birlikte etkisiz kalmıştır. Anarşinin hakim olduğu uluslararası sistem içinde ülkelerin COVAX'a katkılarını yönelik bağlayıcı bir mali taahhüt mekanizmasının olmaması, bazılarının destek sözünün sadece sözde kalması anlamına geldiğinden; ilgili durumun COVAX'ın fon akışlarında öngörülemezliğe yol açtığını iddia etmek yanlış olmayacaktır. Örneğin, dönemin Japonya hükümeti COVAX için 1 Milyar Dolar taahhüt etmiş ancak kendi aşılama kampanyasına öncelik vermesi için ülke içinde baskı görmüş ve katkılarını ertelemiştir (Japan Times, 2021). Gönüllü taahhütlere olan güven, ulusal önceliklerin genellikle kolektif eylemi, ortak iyiyi gölgede bıraktığı krizler sırasında küresel sağlık girişimlerinin finanse edilmesinin daha geniş çaplı zorluğunu da vurgulamıştır. Yeterli ve zamanında finansman sağlanamaması sadece COVAX'ın aşı tedarik etme kabiliyetini sınırlamakla kalmamış, aynı zamanda özellikle aşı dozlarına erişim için girişime güvenen düşük ve orta gelirli ülkeler arasında vaatlerini yerine getirme kabiliyetine olan güveni de zayıflatmıştır.

Küresel aşı tedarik zinciri, pandemi sırasında hammadde, üretim kapasitesi ve dağıtım ağlarına yönelik benzeri görülmemiş bir taleple büyük bir baskı altında kalmıştır. Bu rekabetçi pazarda bir alıcı olarak COVAX, aşı dozlarını temin etmede önemli engellerle karşılaşmıştır. Özellikle özel üretim süreçleri gerektiren mRNA aşılarının üretimindeki gecikmeler bu zorlukları daha da artırmıştır (Baraniuk, 2021). COVAX'ın dağıtım hedeflerini karşılama kabiliyeti çerçevesinde birden fazla aşama ve paydaş içeren bu sürecin karmaşıklığı değerlendirildiğinde, tedarik zincirindeki olası bir aksaklığın ne denli ciddi olumsuzluklara sebep olabileceği zaman içerisinde deneyimlenmiştir. Örneğin; 2021'in başlarında AstraZeneca'nın Avrupa'daki üretim tesislerinde yaşanan üretim sorunları, COVAX'a aşı teslimatlarında önemli gecikmelere yol açmıştır (Reuters, 2021a). Bu gecikmeler, aşılama kampanyalarını beklenen COVAX teslimatlarına göre planlayan ancak tedarik eksiklikleri nedeniyle ertelemek zorunda kalan Gana ve Fildişi Sahili gibi ülkeler için özellikle sorun oluşturmuştur (Africa CDC, 2021). Ayrıca, birçoğu depolama ve nakliye için gerekli altyapıdan yoksun olan düşük ve orta gelirli ülkelerde aşı dağıtımının lojistik karmaşıklığı önemli engeller oluşturmuştur. Pfizer-BioNTech aşısının -70°C'de ultra soğuk depolama gerektirmesi, bu duruma en net örneklerden birisi olmuştur. COVAX soğuk zincir altyapısı için destek sağlamasına rağmen, gereken ölçek ve hız, girişimin kapasitesinin ötesinde kalmıştır. Malavi ve Güney Sudan gibi ülkelerde, yetersiz depolama tesisleri ve dağıtımdaki gecikmeler nedeniyle aşı dozlarının son kullanma tarihinin geçtiğine dair raporlar ortaya çıkmıştır (DEVEX, 2021).

Lojistik zorluklar, özellikle ulaşım ağlarının sınırlı olduğu ve elektrik arzının güvenilmez olduğu kırsal ve uzak bölgelerde daha da belirgin bir şekilde etkili olmuştur. Örneğin Papua Yeni Gine'de dağlık arazi ve zayıf altyapı aşılardan dağıtımını zorlaştırmış ve önemli gecikmelere yol açmıştır (The Interpreter, 2021). Bu sorunlar sadece aşı dağıtımını geciktirmekle kalmamış, aynı zamanda zamanında depolanamayan veya uygulanamayan dozların zaman aşımına uğrama riski nedeniyle aşı israfına ilişkin endişeleri de artırmıştır. COVAX'ın karşılaştığı tedarik zinciri ve lojistik zorluklar, aşı üreticisi ülkeler tarafından uygulanan ihracat kısıtlamaları nedeniyle daha da karmaşık hale gelmiştir. Örneğin, Hindistan Serum Enstitüsü aracılığıyla COVAX'ın önemli bir aşı tedarikçisi olan Hindistan, ciddi bir enfeksiyon dalgası sırasında yerel aşılama kampanyasına öncelik vermek için Mart 2021'de ihracatı durdurmuştur (BBC, 2021). Bu karar COVAX için doz bulunabilirliğini önemli ölçüde azaltarak küresel sağlık girişimlerinin ulusal politika kararlarına karşı kırılganlığını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, 2021'in başlarında Avrupa Birliği'nin ihracat kontrolleri COVAX'a aşı sevkiyatını sınırlandırarak tedarik kısıtlamalarını daha da kötüleştirmiştir (European Commission, 2021). Üretim gecikmeleri, lojistik engeller ve ihracat kısıtlamalarının birleşimi, COVAX'ın aşıları eşit ve verimli bir şekilde teslim etme kabiliyetini ciddi şekilde engellemiştir.

Aşı milliyetçiliği COVAX'ın misyonunun önünde önemli bir engel olarak ortaya çıkmıştır. İç siyasi baskılar ve halk sağlığı kaygılarıyla hareket eden yüksek gelirli ülkeler, kendi nüfuslarına öncelik vererek üreticilerle doğrudan anlaşmalar yoluyla büyük miktarlarda aşı dozu temin etmişlerdir. Bu davranış sadece COVAX için aşı bulunabilirliğini azaltmakla kalmamış, aynı zamanda fiyatları da artırarak girişimin pazarda rekabet etmesini zorlaştırmıştır (Katz vd., 2021). Aşı milliyetçiliği olgusu, özellikle yüksek gelirli ülkelerin, genellikle küresel eşitliği yok sayma pahasına, vatandaşlarını koruyacak dozları güvence altına almak için yarıştığı aşı uygulamasının ilk aşamalarından itibaren görülmeye başlamıştır. Örneğin Şubat 2021 itibarıyla düşük ve orta gelirli birçok ülke

henüz tek doz aşı erişimi dahi sağlayamamışken; Kanada nüfusunun beş katını, Birleşik Krallık ise nüfusunun üç katını aşılama yetecek kadar doz temin edebilmiştir (Duke Global Health Innovation Center, 2021). Bu da aşı erişimindeki eşitsizlikleri görünür hale getirmiştir. Gelişmiş ve zengin ülkelerin; ortak malların trajedisi kapsamında değerlendirilebilecek istifleme davranışı sadece COVAX'ın dozları güvence altına alma kabiliyetini zayıflatmakla kalmamış, aynı zamanda küresel dayanışmanın ulusal çıkarlara göre ikincil olduğu mesajını da vermiştir. Aşıya erişimdeki eşitsizlik, uluslararası toplum tarafından terk edilmiş hissedilen düşük ve orta gelirli ülkeler arasında kızgınlığı körüklemiş ve küresel sağlık krizlerinde daha zengin ulusların ahlaki ve etik sorumluluklarına ilişkin soruları gündeme getirmiştir. Belirli örnekler aşı milliyetçiliğinin etkisini daha da göstermektedir. Örneğin Avustralya, nispeten küçük bir nüfusa sahip olmasına rağmen ikili anlaşmalar yoluyla 50 milyon dozdan fazla aşı temin etmiş ve COVAX için daha az doz bırakmıştır (Avustralya Hükümeti, 2021). Benzer şekilde İsrail, düşük ve orta gelirli ülkeler aşı tedarik elde etmekte zorlanmaktayken, Pfizer-BioNTech aşılmasına erken erişim için yüksek fiyatlar ödeyerek milyonlarca dozu güvence altına alabilmiştir (Times of Israel, 2021). Bu eylemler yalnızca COVAX için mevcut arzı sınırlamakla kalmamış, aynı zamanda girişimin güçlü ülkeler tarafından kenara itildiği algısına da katkıda bulunmuştur.

Aşı milliyetçiliğinin COVAX'ın faaliyetleri üzerinde doğrudan etkileri de olmuştur. Zengin ülkeler, büyük miktarlarda aşı dozunu kilit altında tutarak, fiyatları artıran ve COVAX'ın üreticilerle uygun koşullar için pazarlık yapmasını zorlaştıran bir durum yaratmıştır. Örneğin, Moderna ve Pfizer gibi ilaç şirketleri, COVAX'a taahhütte bulunmak yerine daha yüksek kârlar sunan yüksek gelirli ülkelerle ikili anlaşmalara öncelik vermişlerdir (Ferranna, 2021). Aşı milliyetçiliğinin doğrudan bir sonucu olarak girişimin, talebin arzın çok üzerinde olduğu ve üreticilerin COVAX taahhütleri yerine kazançlı ikili anlaşmalara öncelik verdiği bir pazarda rekabet etmekte zorlandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu dinamikler sadece dağıtım sunulan doz sayısını sınırlamakla kalmamış, aynı zamanda COVAX'ın hedeflerine ulaşmasını geciktirerek güvenilirliğini ve etkinliğini daha da zayıflatmıştır.

COVID19 Pandemisinin, özellikle ABD, Çin ve Rusya gibi büyük güçler arasında jeopolitik gerilimlerin arttığı bir döneme denk geldiğini de söylemek mümkündür. Halihazırda var olan gerilimlerin bir uzantısı olarak ülkeler arasındaki rekabet, aşı dağıtım alanına da sıçramış ve ülkeler aşı bağışlarını diplomatik nüfuz aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Örneğin, Çin'in "aşı diplomasisi" Afrika ve Latin Amerika'daki ülkelere aşı bağışı yapılmasını içermektedir. Bu bağışlar yapılırken COVAX'ın dışarıda tutulması ve doğrudan ülkelere bağış yapılması COVAX'ın tarafsız bir platform olarak rolünü etkisizleştirmiştir (Kickbusch ve Liu, 2022). Bu bağışlar bazı ülkelerin aşılara erişimini sağlarken, alıcı ülkelerin birden fazla, bazen de birbiriyle çelişen tedarik kaynakları arasında gezinmek zorunda kalması nedeniyle kafa karışıklığı ve kurlsız bir rekabet de yaratmıştır. Örneğin, Güneydoğu Asya'da Kamboçya ve Laos gibi ülkeler Çin'den önemli miktarda aşı bağışı almış ve bu da nüfuslarının büyük bir bölümünü COVAX dışında aşılamlarına olanak sağlamıştır (van Dijk ve Lo, 2023). Bu durum kısa vadeli bir rahatlama sağlamış olsa da COVID19 ile küresel mücadeleyi olumsuz etkilemiş ve COVAX'ın adil dağıtımını koordine etme kabiliyetini zayıflatmıştır. Benzer şekilde, Rusya'nın Sputnik V aşısını Doğu Avrupa ve Latin Amerika ülkeleriyle ikili anlaşmalar yoluyla tanıtmayı ve dağıtımını küresel aşı ortamını daha da karmaşık hale getirmiştir (The Moscow Times, 2021). Örneğin Macaristan, AB teslimatlarındaki gecikmeleri gerekçe göstererek Sputnik V dozlarını tedarik etmek için COVAX'ı atlayarak Rusya ile doğrudan anlaşmış ve bu süreç yine COVAX'ın rolünü zayıflatmıştır (Reuters, 2021b).

Küresel mücadeleye yönelik çabaların bu şekilde parçalanması sadece COVAX'ı zayıflatmakla kalmamış, aynı zamanda siyasi olarak bölünmüş bir dünyada toplu ve bütünleşik bir müdahaleyi koordine etmenin zorluklarını da ortaya çıkarmıştır. Aşıların jeopolitik baskı aracı olarak kullanılması, ülkelerin ortak eylem yerine stratejik çıkarlara öncelik vermesi nedeniyle COVAX'ın üzerine kurulduğu eşitlik ve dayanışma ilkeleri kâğıt üzerinde kalmıştır. Jeopolitik gerilimler COVAX'ın kilit paydaşlardan finansman ve destek sağlama becerisini de etkilemiştir. Aşı dağıtımının siyasallaşması, güven ve iş birliğinin erozyona uğradığı bir ortam yaratarak COVAX'ın fikir birliği oluşturmaya ve kaynakları harekete geçirmesini engellemiştir. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nin dönemin Başkanı Donald J.Trump yönetimi altında COVAX'ı destekleme konusundaki ilk isteksizliği ve ardından dönemin başkanı Joe Biden yönetimi altında politikadaki değişim, belirsizlik yaratmış ve kritik finansmanı geciktirmiştir (The White House, 2021). Benzer şekilde, Avrupa Birliği ve Birleşik Krallık arasında aşı tedariki konusunda yaşanan gerginlikler COVAX'a verdikleri desteğe de yansımış ve her iki taraf da birbirini küresel eşitliği baltalamakla suçlamıştır (Politico, 2021). Bu jeopolitik dinamikler, siyasi gerilimleri yönetmek ve küresel sağlık girişimlerinin kriz zamanlarında etkili bir şekilde çalışabilmesini sağlamak için daha güçlü mekanizmalara duyulan ihtiyacı altını çizmiştir.

3. COVAX'IN BAŞARISIZLIĞININ ULUSLARARASI ETKİSİ

COVAX'ın karşılaştığı zorluklar ve nihayetinde başarısız olması yalnızca pandemiye acil müdahaleyi değil, aynı zamanda küresel sağlıkta yaşanan eşitsizliği daha da derinleştiren geniş kapsamlı sonuçlara yol açmıştır.

COVAX girişiminin en görünür etkisi, yüksek gelirli ülkeler ile düşük ve orta gelirli ülkeler arasındaki aşı dağılımında göze çarpan eşitsizliktir. 2021 yılı sonunda, yüksek gelirli ülkelerdeki nüfusun %70'inden fazlası en az bir doz aşı almışken, düşük gelirli ülkelerde bu oran %10'un altında kalmıştır (UNICEF, 2022). Bu eşitsizlik, birçok ülkenin aşı tedariki için büyük ölçüde COVAX'a bağımlı olduğu Afrika'da özellikle belirgindir. Örneğin, Afrika'nın en kalabalık ülkesi olan Nijerya'da, büyük ölçüde COVAX teslimatlarındaki gecikmeler nedeniyle, Aralık 2021 itibarıyla nüfusun yalnızca %2,5'i tamamen aşılanmıştır (Africa CDC, 2021). Benzer şekilde, Çad'da aşılama oranları 2022 ortasına kadar %1'in altında kalarak eşitsizliğin boyutunu gözler önüne sermiştir. (WHO, 2022). Düşük ve orta gelirli ülkelerde aşılama hızının yavaş dağıtılması sadece milyonlarca kişiyi virüse karşı savunmasız bırakmakla kalmamış, aynı zamanda aşılanmamış nüfusta viral mutasyonlar için verimli bir zemin oluşturduğundan yeni varyantların ortaya çıkma olasılığını da arttırmıştır. Örneğin Delta ve Omicron varyantları ilk olarak sırasıyla Hindistan ve Güney Afrika'da, o dönemde düşük aşılama oranlarına sahip bölgelerde tespit edilmiştir (WHO, 2021). Bu varyantlar küresel olarak yayılarak pandeminin birbirine bağlılığının ve aşıya eşit erişimin öneminin altını çizmiştir. Yeni varyantların ortaya çıkması sadece pandemiye uzatmakla kalmamış, aynı zamanda mevcut aşılama etkinliğini de zayıflatmış, takviye aşılar ve güncellenmiş formülasyonlar için ek kaynak gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu eşitsizlik ve viral evrim döngüsü, COVAX'ın eşitlikçi dağıtım vaadini yerine getirememesinin küresel sonuçlarının en önemlilerinden biridir.

Aşıların adaletsiz dağılımının derin sosyal ve ekonomik sonuçları da olmuştur. Düşük ve orta gelirli ülkelerde aşılar erişimin olmaması, devam eden enfeksiyon dalgalarını yönetmek için sınırlı kaynaklara sahip olan sağlık sistemlerinin baskı altında kalması anlamına gelmiştir. Yaşlılar, hali hazırda sağlık sorunları olanlar ve sağlık çalışanları gibi pandemiye mücadelede ön saflarda çalışanlar da dahil olmak üzere savunmasız nüfuslar korunmasız kalmıştır ve bu da pandemi kaynaklı ölüm oranlarının artmasına neden olmuştur. Örneğin, Hindistan'da Nisan 2021'deki yıkıcı ikinci dalga, kırsal aşılanma hızının yavaş olması nedeniyle hastanelerde kapasitenin çok üzerinde bir yoğunluğa sebep olmuş ve ölümlerde artışa yol açmıştır (The Lancet, 2021). Benzer şekilde, Brezilya'da aşılama eksikliği, özellikle yerli topluluklar arasında yüksek ölüm oranlarının yaşanmasına neden olmuştur. (Amnesty International, 2021). Bir anlamda aşıya erişimdeki eşitsizlik mevcut eşitsizlikleri de daha da kötüleştirmiştir. Görece zengin ülkeler yaygın aşılama sayesinde ekonomik faaliyetlerini ve sosyal yaşamlarını sürdürebilirken, yoksul ülkeler uzun süreli karantina ve ekonomik faaliyetlerde ve sosyal hayatta kesintilerle mücadele etmişlerdir.

COVAX aracılığıyla yaygın aşılama kapsamına ulaşılamamasının, yıkıcı insani ve ekonomik etkilerle birlikte pandeminin uzamasına neden olduğunu söylemek mümkündür. Virüsün bulaşmaya devam etmesi, özellikle sosyal güvenlik ağlarının genellikle zayıf olduğu düşük ve orta gelire sahip ülkelerde pandemi kaynaklı ölümlerin artmasına, sağlık sistemlerinin zorlanmasına ve geçim kaynaklarının kesintiye uğramasına sebep olmuştur. Okulların, işletmelerin ve sınırların uzun süre kapalı kalmasının eğitim, istihdam ve sosyal uyum üzerinde uzun vadeli etkileri olmuş, marjinal topluluklar bu etkilerin en ağır yükünü taşımıştır. Ekonomik olarak, pandeminin devam etmesi yoksulluğu ve eşitsizliği daha da kötüleştirmiştir. Dünya Bankası, pandeminin 2021 yılına kadar 150 milyon insanı daha aşırı yoksulluğa itebileceğini ve bu etkinin en büyük yükünü düşük ve orta gelirli ülkelerin taşıyacağını tahmin ettiği raporlar yayınlayarak sorunun büyüklüğünü gözler önüne sermiştir. (World Bank, 2020). Brezilya ve Güney Afrika gibi ülkelerde, yüksek işsizlik oranları ve azalan Gayri Safi Yurtiçi Hasıla büyümesi ile ekonomik etki özellikle şiddetli olmuştur (IMF, 2021). Örneğin, Güney Afrika'nın işsizlik oranı, uzun süreli sokağa çıkma yasakları ve kesintiler nedeniyle 2021'de %34,4'e ulaşmıştır (Statistics South Africa, 2021). Aşıya erişimin olmaması, ülkelerin virüsün yayılmasını kontrol etmek için kısıtlayıcı önlemleri sürdürmek zorunda kalması nedeniyle ekonomik aksaklıklar öngörülenden daha uzun sürmüştür. Bu da pandemiden çıkma ve pandeminin yarattığı olumsuz etkilerden toparlanma çabalarını geciktirmiş ve küresel tedarik zincirlerini zora sokmuştur.

Pandeminin uzamasının küresel sağlık güvenliği açısından da önemli sonuçları olmuştur. Özellikle düşük ve orta gelirli ülkelerde virüsün kontrol altına alınamaması, mevcut aşı ve tedavilerden kaçabilecek yeni varyantların ortaya çıkma riskini artırmıştır. Bu sadece yüksek gelirli ülkelerde kaydedilen ilerlemeyi tehdit etmekle kalmamış, aynı zamanda özellikle kriz zamanlarında yerel düzeyde farklı boyutlarda mücadeleler yürütülmesine karşın (Doğanyılmaz Duman ve Güngörmüş, 2022) küresel sağlık sisteminin birbiriyle derinden bağlantılı doğasını ön

plana çıkarmıştır. Örneğin, 2021'in sonlarında ortaya çıkan Omicron varyantı, görece olarak hafifleyen seyahat kısıtlamalarına yeniden başvurulmasını gerektirmiş ve ekonomik belirsizliğe yol açarak aşı dağıtımında koordineli ve adil bir yaklaşıma duyulan ihtiyacın altını çizmiştir (WHO, 2021). Bir anlamda uzayan pandemiyle birlikte, herkes koruma altına alınana kadar hiçbir ülkenin güvende olamayacağını ortaya çıktığını iddia etmek yanlış olmayacaktır.

COVAX'ın başarısızlığı, küresel sağlık girişimlerine ve çok taraflı iş birliğine olan güveni zedelemiştir. Birincil aşı kaynağı olarak COVAX'a güvenen pek çok düşük orta gelirli ülke, teslimatlar beklentilerin altında kaldığında kendilerini terk edilmiş hissetmiştir. Bu terk edilmişlik duygusu, uluslararası kuruluşların etkinliği ve eşitlik vaatlerini yerine getirme kabiliyetleri konusunda şüpheciliği körüklemiştir. Örneğin Kenya'da sağlık yetkilileri COVAX'ın gecikmeleri çerçevesinde, girişimin Afrika ülkelerini "hayal kırıklığına uğrattığını" dile getirmiştir (The East African, 2021). Bu deneyim aynı zamanda küresel sağlık finansmanı için gönüllülük esasına dayalı, taahhüt temelli modellerin sınırlılıklarını vurgulamış ve gelecekteki krizlerde bu tür yaklaşımların sürdürülebilirliği ve güvenilirliği konusunda soru işaretleri yaratmıştır.

Küresel sağlık girişimlerine duyulan güvenin erozyona uğramasının gelecekteki pandemi hazırlığı için daha geniş etkileri olacağını belirtmek yanlış olmayacaktır. Bu çerçevede, çok taraflı mekanizmalar tarafından ihmal edildiğini veya yetersiz hizmet verildiğini düşünen ülkeler, ikili anlaşmalar veya bölgesel ittifaklar peşinde koşmayı tercih ederek gelecekteki iş birliklerine katılmaya daha az istekli olabileceklerdir. Örneğin, bazı Afrika ülkeleri COVAX gecikmelerinden sonra küresel mekanizmayı atlayarak Afrika Birliği'nin aşı tedarik girişimine yönelmiştir (Africa CDC, 2021). Bu parçalanma, sağlık krizlerine müdahaleleri koordine etmeye yönelik küresel çabaları zayıflatabilir ve gelecekteki kolektif eylem girişimlerini daha zor hale getirebilir.

COVAX'ın başarısızlığı, küresel sağlık krizlerinde daha zengin ülkelerin ve ilaç şirketlerinin hesap verebilirliği konusunda tartışmalara yol açmıştır. Buna bağlı olarak güven kaybı, küresel sağlık çabalarına liderlik etmek için güvenilirlik ve iş birliğine dayanan Dünya Sağlık Örgütü gibi uluslararası kuruluşlar için de zorluklar oluşturabilme ihtimalini ortaya çıkarmaktadır. Ulusal çıkarların küresel hakkaniyetin önüne geçmesi, yüksek gelirli ülkelerin sorumlulukları ve kâr amacı güden ilaç şirketlerinin eşitsizlikleri artırmadaki rolü hakkında etik soruları gündeme getirmiştir. Örneğin Oxfam, COVAX için aşı fiyatlarının genellikle zengin ülkelerden daha yüksek olduğuna dikkat çekerek ilaç şirketlerini eşitlik yerine kâr öncelik vermekle eleştirmiştir (Oxfam, 2021). Bu tartışmalar, gelecekteki girişimlerde daha fazla hesap verebilirlik, şeffaflık ve eşitlik sağlamaya odaklanarak küresel sağlık yönetiminde reform tartışmaları gündeme getirmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

COVID-19 Aşılarına Küresel Erişim (COVAX) girişimi 2020 yılında iddialı bir hedefle başlatılmıştır: COVID-19 aşılarının, bir ülkenin zenginliğine veya jeopolitik etkisine bakılmaksızın dünyanın her köşesine ulaşmasını sağlamak. "Küresel bir soruna küresel bir çözüm" (United Nations, 2020) olarak adlandırılan COVAX, başlangıçta iyimserliğe ilham vererek hükümetleri, uluslararası kuruluşları ve özel paydaşları pandemiyle mücadele için ortak bir çabada birleştirmeyi başarmıştır. Ancak, bu iddialı hedeflere rağmen COVAX, aşıya adil erişim sağlama kabiliyetini baltalayan önemli zorluklar (yetersiz finansman, tedarik zinciri darboğazları, yaygın aşı milliyetçiliği ve jeopolitik rekabetler gibi) sebebiyle etkinlik sorunsalıyla karşı karşıya kalmıştır. Sonuç olarak, düşük ve orta gelirli ülkeler dozları almada uzun süreli gecikmelerle karşılaşmış, küresel sağlık eşitsizlikleri derinleşmiş ve pandeminin bireylerin hayatları ve geçim kaynakları üzerindeki yıkıcı etkisini uzatmıştır. Ancak COVAX deneyimi, küresel sağlık yönetişiminin güçlü ve zayıf yönlerine ilişkin kritik bilgiler sunmakta ve gelecekteki pandemi hazırlıklarının iyileştirilmesi için bir yol haritası sunmaktadır.

Pandemi, daha sağlam ve koordineli bir küresel sağlık yönetişimi çerçevesine duyulan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır. Bu ihtiyacın merkezinde, Dünya Sağlık Örgütü gibi uluslararası kuruluşların küresel müdahalelere öncülük etmek üzere daha fazla yetki ve kaynakla güçlendirilmesi yer almakta ve aşı paylaşımı ve dağıtımı konusunda bağlayıcı anlaşmalar yapılmasını ve ülkelerin küresel sağlık girişimlerine katılım koşulu olarak eşit erişim taahhüdünde bulunmasını içermektedir. Bu tür anlaşmalar aşı milliyetçiliğinin önlenmesine yardımcı olabilir ve küresel sağlık önceliklerinin ulusal çıkarların gölgesinde kalmasını engellerebilir. Örneğin, Dünya Sağlık Örgütü'nün gelecekte gerçekleştirilecek olası bir sağlık krizlerinde iş birliği ve hesap verebilirlik için yasal bir çerçeve oluşturmayı amaçlayan küresel bir pandemi anlaşması önerisi doğru yönde atılmış bir adım olarak değerlendirilebilir. (WHO, 2021). Bu anlaşma, adil aşı dağıtımı, kaynak paylaşımı ve pandemilere karşı koordineli müdahaleler için hükümler ve ülkeleri uyuma zorlayacak mekanizmalar önermektedir. Küresel sağlık yönetişiminin güçlendirilmesi,

jeopolitik gerilimler ve rekabet halindeki ulusal çıkarlar gibi iş birliğinin önündeki siyasi ve ekonomik engellerin diyalog ve uzlaşma yoluyla ele alınmasını da gerektirmektedir. Böylelikle küresel sağlık yönetişiminin dayanışma ve kolektif eylem gibi normlarına uyumlu iş birliklerinin ortaya çıkması kolaylaşabilir.

Daha etkin bir küresel sağlık yönetişimi için krizleri başarıyla yöneten diğer küresel sağlık girişimlerinden dersler çıkarılabilir. Örneğin, AIDS, Tüberküloz ve Sıtma ile Mücadele Küresel Fonu, küresel sağlık sorunlarını ele almak için hükümetleri, sivil toplumu ve özel sektörü bir araya getiren çok paydaşlı bir yaklaşımın etkinliğini göstermiştir (The Global Fund, 2020). Benzer bir modeli benimseyerek, gelecekteki olası pandemilere hazırlık çabaları daha kapsayıcı ve etkili bir yönetim sağlayabilir. PEPFAR programının HIV/AIDS ile mücadeledeki başarısı, sürekli finansmanın ve yerel kuruluşlarla ortaklıkların önemi çerçevesinde önemli bir örnek sunmaktadır (PEPFAR, 2021).

COVAX'ın karşılaştığı finansman zorluklarını tekrar yaşamamak için gelecekte küresel sağlık yönetişimi kapsamında ortaya çıkabilecek COVAX benzeri girişimler daha sürdürülebilir ve öngörülebilir finansman mekanizmalarını araştırmalıdır. Buna göre; yüksek gelirli ülkelerin, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün katkılarıyla finanse edilen küresel bir sağlık fonunun kurulması planlanabilir. Böyle bir fon, aşılarda ve diğer kritik malzemelerin önceden satın alınması için kullanılabilir ve düşük ve orta gelirli ülkelerin aşılara zamanında erişebilmesine olanak sağlayabilir. Fon ayrıca, lojistik engelleri ortadan kaldırmak için soğuk zincir depolama ve ulaşım ağları gibi altyapı yatırımlarını da desteklemek için kullanılabilir. Örneğin, sermaye piyasalarında tahvil ihraç etmek için uzun vadeli bağışçı taahhütlerini kullanan Uluslararası Bağışıklama Finansman Fonu (IFFIm), Gavi'nin aşılamaya programları için fon sağlamada başarılı olmuştur (Gavi, 2020). Benzer bir mekanizma, istikrarlı ve öngörülebilir bir finansman kaynağı sağlayarak gelecekteki pandemi hazırlığı için de uyarlanabilir. Ayrıca fon tahsisi ve ödemesinde daha fazla şeffaflık, güven oluşturmak ve kaynakların etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamak için gereklidir. Gelecekteki girişimler, katkıları izlemek ve raporlamak için mekanizmalarla birlikte finansman taahhütleri için açık kurallar belirlemelidir.

Küresel vergilendirme veya dayanışma fonları gibi yenilikçi finansman mekanizmaları da araştırılabilir. Örneğin, küresel sağlık programlarını destekleyen UNITAID'i finanse etmek için bazı ülkeler tarafından uygulanan uçak bileti vergisinin sürdürülebilir gelir elde etmede etkili olduğu kanıtlanmıştır (UNITAID, 2020). Benzer modellerin pandemiye hazırlığa uygulanması, ihtiyaç duyulduğunda finansman sağlanmasına yardımcı olabilir ve geçici taahhütlere olan bağımlılığı azaltabilir. Gates Vakfı'nın küresel sağlık alanındaki yatırımları, aşı araştırmaları ve dağıtımının finansmanında özel sektör katkılarının potansiyelini de göstermektedir (Bill & Melinda Gates Vakfı, 2021).

Aşılarla adil erişimin sağlanması, çok yönlü bir yaklaşım gerektirmektedir. İlk olarak, düşük ve orta gelirli ülkelerde yerel üretim kapasitesine yatırım yapmak, dış tedarikçilere olan bağımlılığı azaltabilir ve kendi kendine yeterliliği artırabilir. Dünya Sağlık Örgütü'nün mRNA aşı teknolojisi transfer merkezi gibi girişimler bu kapasiteyi oluşturmayı amaçlamaktadır, ancak daha fazla desteğe ihtiyaç olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (WHO, 2022). Yerel üretimini yaygınlaştırılması, tedarik zincirindeki darboğazların giderilmesine yardımcı olabilir ve daha da önemlisi düşük ve orta gelirli ülkelerin küresel krizler esnasında aşılara erişimini sağlayabilir. Bu yaklaşım aynı zamanda bu ülkelerde istihdam yaratma, ekonomileri canlandırma ve sağlık sistemlerini güçlendirme potansiyeline de sahiptir. Örneğin Afrika'da, Afrika Birliği'nin 2040 yılına kadar kıtanın aşılmasının %60'ını yerel olarak üretme hedefi, dış tedarikçilere bağımlılığı azaltmaya yönelik önemli bir adımdır (Africa CDC, 2021). Bu girişimin teknoloji transferi, altyapı yatırımı ve kapasite geliştirme yoluyla desteklenmesi küresel aşı eşitliğini artırabilir. Güney Afrika'nın mRNA aşılarını yerel olarak üretmek için BioNTech ile kurduğu ortaklık bu yaklaşımın umut verici bir örneğidir (BioNTech, 2022). İkinci olarak, fikri mülkiyet hakları ve ticaret engellerinin ele alınması çok önemlidir. Bazı ülkeler tarafından önerildiği gibi, COVID-19 aşıları için patent korumalarından geçici olarak feragat edilmesi, daha geniş üretim ve dağıtımı kolaylaştırabilir. Ancak bu, inovasyon üzerindeki etkisi ve teknoloji transferinin pratikliği konusundaki tartışmalarla birlikte tartışmalı bir konu olmaya devam etmektedir.

Bu tartışmaların çözüme kavuşturulması için ilaç şirketlerinin çıkarlarının, müzakereler ve teknoloji paylaşımına yönelik teşvikler yoluyla dengelenmesi gerekmektedir. Ticaret politikaları da aşı tedarik zincirlerini bozan ihracat kısıtlamalarını önleyecek mekanizmalarla küresel sağlık hedefleriyle uyumlu hale getirilmelidir. Örneğin, Dünya Ticaret Örgütü'nün Fikri Mülkiyet Haklarının Ticaretle İlgili Yönleri (TRIPS) anlaşması, daha geniş aşı üretimine izin vermek için pandemiler sırasında geçici olarak askıya alınabilir (WTO, 2021). Bu öneri kriz zamanlarında esnek ve duyarlı ticaret politikalarına duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Küresel sağlık yönetişimi dahilindeki mekanizmaların ve girişimlerin etkin bir şekilde işleyebilmesi için jeopolitik gerilimlerin yönetilmesi gerekmektedir. Bunun için büyük güçler arasında diyalog ve iş birliğinin teşvik edilmesi ve kolektif eylemin ortak faydalarının vurgulanması gerekmektedir. Birleşmiş Milletler ve G20 gibi çok taraflı platformlar, fikir birliği oluşturmak ve müdahaleleri koordine etmek için kullanılmalıdır. Bu platformlar, siyasi müdahalelerden uzak, tarafsız iş birliği alanları sağlayabilir ve ulusal çıkarların küresel sağlık yönetişimi normları olan dayanışma, kolektif eylem ve karşılıklı destek ile uyumlu hale getirilmesine yardımcı olabilir. Örneğin, G20'nin pandemiye yönelik ekonomik müdahaleleri koordine etme rolü, adil aşı dağıtımına odaklanarak sağlık diplomasisini de içerecek şekilde genişletilebilir. Buna ek olarak, küresel sağlık girişimleri, tarafsızlığı ve adaleti sağlamak için açık yönetim yapıları ve hesap verebilirlik mekanizmaları ile siyasi müdahalelere karşı dirençli olacak şekilde tasarlanmalıdır. Jeopolitik zorlukların ele alınması, ekonomik eşitsizlik ve kaynaklar için rekabet gibi gerginliğin altında yatan nedenlerin, küresel iş birliği ve dayanışmayı teşvik etmeye yönelik daha geniş çabalar yoluyla ele alınmasını da gerektirmektedir. Örneğin, Çin tarafından önerilen Kuşak ve Yol Sağlık İpek Yolu gibi girişimler, daha geniş bir küresel sağlık yönetişimi iş birliği çerçevesine entegre edilebilir ve çok taraflı çabalarla rekabet etmek yerine onları tamamlamaları sağlanabilir (Kickbusch ve Liu, 2022). Benzer şekilde, Avrupa Birliği'nin Küresel Geçit girişimi, aşı eşitliğini desteklemek için küresel sağlık yönetişimi normları ve hedefleriyle uyumlu hale getirilebilir (European Commission, 2022).

Sonuç olarak COVAX'ın başarısızlığının nedenleri çok yönlüdür. Girişim süregelen bir finansman açığı nedeniyle sektöre uğramıştır; 2021 ortasına kadar hedeflerine ulaşmak için gereken 18,1 milyar doların yalnızca 9,6 milyar dolarını temin edilebilmiştir (Usher, 2021). Bu eksiklik COVAX'ı, ikili anlaşmalar yoluyla önceden büyük miktarlarda aşı temin eden yüksek gelirli ülkelerle rekabet edemez hale getirmiştir. Lojistik açıdan, çoğu yeterli soğuk zincir altyapısından yoksun olan düşük ve orta gelirli ülkelere aşı dağıtma görevi göz korkutucu hale gelmiş, Malavi ve Güney Sudan gibi ülkelerde görüldüğü gibi gecikmelere ve bazı durumlarda israfa yol açmıştır. Siyasi olarak aşı milliyetçiliği, zengin ülkelerin kendi nüfuslarına öncelik vermesine ve küresel eşitlik pahasına dozları istiflemesine neden olmuştur. Aralık 2021 itibarıyla, zengin ülkelerde her 100 kişiye 133 doz aşı uygularken, düşük ve orta gelirli ülkelerde her 100 kişiye sadece 11 doz aşı uygulayabilmiştir (UNICEF, 2022). Jeopolitik gerilimler ve Çin, Rusya gibi ülkelerin aşı bağışlarını diplomatik kazanç için kullanması ve COVAX'ın tarafsız koordinatör rolünün işlevsiz hale gelmesi pandemiyle küresel çapta etkin mücadeleyi daha da karmaşık hale getirmiştir. Dahası, eşit olmayan aşı dağıtımı nedeniyle pandeminin uzamasının zincirleme etkileri olmuştur. Dünya Bankası, krizin 2021 yılına kadar 150 milyon insanı daha aşırı yoksulluğa sürükleyebileceğini öngörmüştür (World Bank, 2020); bu da geciken küresel eylemin insani maliyetinin ne denli yüksek olduğunu bir kanıttır. Delta ve Omicron gibi varyantların aşılınmamış bölgelerde ortaya çıkması, sağlık güvenliğinin birbiriyle bağlantılı kırılgan yapısını ortaya koymuş; her yerde tedavi edilmeyen nüfuslar herkes için risk oluşturmıştır.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Africa CDC. (2021). *COVID-19 vaccination in Africa*. Africa Centres for Disease Control and Prevention, <https://africacdc.org/covid-19/covid-19-vaccination/> adresinden 17 Kasım 2024 tarihinde alınmıştır.

Amnesty International. (2021). *Brazil's COVID-19 crisis and indigenous communities*. <https://www.amnesty.org/en/location/americas/south-america/brazil/report-brazil/>

Australian Government. (2021). *Australia's vaccine agreements*. Department of Health. <https://www.health.gov.au/our-work/covid-19-vaccines/about-rollout/vaccine-agreements#:~:text=In%20August%202021%2C%20the%20Australian%20Government%20bought%201%20million%20Pfizer,vaccines%20in%202022%20and%202023> adresinden 17 Kasım 2024 tarihinde alınmıştır.

Baraniuk C. (2021). Covid-19: How the UK vaccine rollout delivered success, so far. *BMJ (Clinical research ed.)*, 372, n421. <https://doi.org/10.1136/bmj.n421>

- BBC. (2021). *Coronavirus: India temporarily halts Oxford-AstraZeneca vaccine exports*. <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-56513371> adresinden 24 Ekim 2024 tarihinde alınmıştır.
- Berkley, S. (2020). *COVAX explained*. Gavi, the Vaccine Alliance. <https://www.gavi.org/vaccineswork/covax-explained> adresinden 16 Nisan 2025 tarihinde alınmıştır.
- Bill & Melinda Gates Foundation. (2021). *Global Health Investment Fund*. <https://sif.gatesfoundation.org/portfolio/global-health-investment-fund> adresinden 5 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- BioNTech. (2022). *BioNTech Starts Construction of First mRNA Vaccine Manufacturing Facility in Africa* - <https://investors.biontech.de/news-releases/news-release-details/biontech-starts-construction-first-mrna-vaccine-manufacturing/> adresinden 28 Ekim 2024 tarihinde alınmıştır.
- DEVEX. (2021). *African nations have destroyed 450,000 expired COVID-19 vaccine doses*. <https://www.devex.com/news/african-nations-have-destroyed-450-000-expired-covid-19-vaccine-doses-100389> adresinden 7 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- Doğanyılmaz Duman, D. ve Güngörmüş, Y. G. (2022). Yerel yönetimlerin salgınla mücadelesi İzmir Karabağlar ilçesi örneği. *Yıldız Social Science Review*, 8(2), 94–107.
- Duke Global Health Innovation Center. (2021). *Launch and scale speedometer*. <https://dukeghic.org/projects/launch-and-scale-speedometer/> adresinden 26 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- Ferranna, M. (2024). *Causes and costs of global COVID-19 vaccine inequity*. *Semin Immunopathol*, 45(4), 469-480 Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s00281-023-00998-0>nature
- European Commission. (2020). *EU increases its contribution to COVAX to €500 million to secure COVID-19 vaccines for low and middle-income countries*. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2075 adresinden 19 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- European Commission. (2021). *EU replaces COVID-19 vaccines export authorisation mechanism with new monitoring tool*. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_6283 adresinden 19 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- European Commission. (2022). *Global Gateway overview*. https://international-partnerships.ec.europa.eu/policies/global-gateway/global-gateway-overview_en#:~:text=Global%20Gateway%20aims%20to%20mobilise,and%20education%20and%20research%20sectors adresinden 08 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- Frenk, J. ve Moon, S. (2013). *Governance challenges in global health*. *New England Journal of Medicine*, 368(10), 936-942. <https://doi.org/10.1056/NEJMr1109339>. PMID: 23465103.
- Fidler, D. P. (2007). *Architecture amidst anarchy: Global health's quest for governance*. *Global Health Governance*, 1(1), 1–17.
- Gavi, the Vaccine Alliance. (2020). *COVAX: The Vaccines Pillar Of The Access To COVID-19 Tools (Act) Accelerator*. https://www.gavi.org/sites/default/files/covid/covax/COVAX_the-Vaccines-Pillar-of-the-Access-to-COVID-19-Tools-ACT-Accelerator.pdf adresinden 2 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- Gostin, L. O. (2014). *Global health law*. Harvard University Press. Cambridge, MA.
- International Monetary Fund. (2021). *Global recovery continues, but the momentum has weakened and uncertainty has increased*. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/10/12/world-economic-outlook-october-2021> adresinden 14 Ekim 2024 tarihinde alınmıştır.

- Japan Times. (2021). *COVAX vaccine shortfall puts pressure on rich nations to act*. <https://www.japantimes.co.jp/news/2021/09/09/world/science-health-world/covax-shortfall-rich-nations/> adresinden 12 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- Katz, I. T., Weintraub, R., Bekker, L. G. ve Brandt, A. M. (2021). From vaccine nationalism to vaccine equity - finding a path forward. *The New England Journal of Medicine*, 384(14), 1281–1283. <https://doi.org/10.1056/NEJMp2103614>
- Kickbusch, I. ve Liu, A. (2022). Global health diplomacy—reconstructing power and governance. *The Lancet*, 399(10324), 508-510.
- Kuppalli, K., Gala, P., Cherabuddi, K., Kalantri, S. P., Mohanan, M., Mukherjee, B., ... ve Pai, M. (2021). India's COVID-19 crisis: A call for international action. *The Lancet*, 397(10290), 2132-2135.
- Marmot, M., Friel, S., Bell, R., Houweling, T. A. ve Taylor, S. (2008) Commission on social determinants of health. Closing the gap in a generation: Health equity through action on the social determinants of health. *The Lancet*, 372(9650), 1661-1669. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(08\)61690-6](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(08)61690-6).
- Oxfam. (2021). *Vaccine monopolies make cost of vaccinating the world against COVID at least 5 times more expensive than it could be*. <https://www.oxfam.org/en/press-releases/vaccine-monopolies-make-cost-vaccinating-world-against-covid-least-5-times-more> adresinden 19 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- PEPFAR. (2021). *PEPFAR's impact on global HIV/AIDS*. <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2021/12/PEPFAR-Latest-Global-Results.pdf> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Politico. (2021). *UK's Remainers question love for EU amid vaccine row*. <https://www.politico.eu/article/remainers-brexite-uk-eu-coronavirus-vaccine-row/> adresinden 02 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- Reuters. (2021a). *AstraZeneca reaches settlement with EU on COVID-19 vaccine delivery*. <https://www.reuters.com/world/europe/astrazeneca-eu-reach-settlement-delivery-covid-19-vaccine-doses-2021-09-03/> adresinden 26 Ekim 2024 tarihinde alınmıştır.
- Reuters. (2021b). *Hungary buys Russia's Sputnik V vaccine, first in EU, minister says*. <https://www.reuters.com/business/healthcare-pharmaceuticals/hungary-buys-russias-sputnik-v-vaccine-first-eu-minister-says-2021-01-22/> adresinden 26 Ekim 2024 tarihinde alınmıştır.
- Smith, R. D., Beaglehole, R., Woodward, D. ve Drager, N. (2003). *Global public goods for health: Health economic and public health perspectives*. Oxford University Press.
- Statistics South Africa. (2021). *Unemployment rates in South Africa*. http://www.statssa.gov.za/publications/P0211/Presentation%2520QLFS%2520Q42021.pdf&ved=2ahUKEwjnpbSMoeaLAXoBdsEHXa1F7oQFnoECBUQAQ&usq=AOvVaw3uxrGrwbRrL_o9TRxaaKHY adresinden 26 Kasım 2024 tarihinde alınmıştır.
- The Lancet. (2021). India's COVID-19 emergency. *The Lancet*, 397(10286), 1683. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(21\)01052-7](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)01052-7)
- The Interpreter. (2021). *Overcoming community resistance to vaccination in Papua New Guinea*. <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/overcoming-community-resistance-vaccination-papua-new-guinea> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.

- The Global Fund. (2021). *Results report 2021*. <https://www.theglobalfund.org/en/results/> adresinden 15 Nisan 2025 tarihinde alınmıştır.
- The Moscow Times. (2021). *Russia's Is Russia's Vaccine Diplomacy Going South?*. The Moscow Times. <https://www.themoscowtimes.com/2021/07/01/is-russias-vaccine-diplomacy-going-south-a74395> adresinden 06 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- The White House. (2021). *Fact Sheet: President Biden to Take Action on Global Health through Support of COVAX and Calling for Health Security Financing*. <https://bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/statements-releases/2021/02/18/fact-sheet-president-biden-to-take-action-on-global-health-through-support-of-covax-and-calling-for-health-security-financing/> adresinden 19 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- Times of Israel. (2021). *5.2 million Israelis to be fully vaccinated by late March – Health Ministry plan*. <https://www.timesofisrael.com/5-2-million-israelis-to-be-fully-vaccinated-by-late-march-health-ministry-plan/> adresinden 28 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- UNICEF. (2022). *COVID-19 vaccine market dashboard*. <https://www.unicef.org/supply/covid-19-market-dashboard> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- UNITAID. United Nations (2020). https://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2015/05/3072010_Hoen.pdf
- United Nations. (2020). *Secretary-General's Welcome Remarks to High-Level Side Event on the ACT-Accelerator*. <https://www.un.org/sg/en/content/sg/statement/2020-09-30/secretary-generals-welcome-remarks-high-level-side-event-the-act-accelerator-delivered> adresinden 09 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- United Nations. (2021). *Health*. <https://www.un.org/en/global-issues/health> adresinden 14 Nisan 2025 tarihinde alınmıştır.
- Usher, A. D. (2021). ACT Accelerator strains donors' aid budgets. *The Lancet*, 397(10290), 2101.
- van Dijk, R. J. L. ve Lo, C.Y. P. (2023) The effect of Chinese vaccine diplomacy during COVID-19 in the Philippines and Vietnam: A multiple case study from a soft power perspective. *Humanit Soc Sci Commun*, 10, 687. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02073-3>
- World Bank. (2020). *Poverty and shared prosperity 2020: Reversals of fortune*. <https://www.worldbank.org/en/research/brief/poverty-and-shared-prosperity-2020-reversals-of-fortune-frequently-asked-questions> adresinden 2 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- World Bank. (2021). *Health*. <https://www.worldbank.org/en/topic/health> adresinden 15 Nisan 2025 tarihinde alınmıştır.
- World Health Organization. (2020). *ACT-Accelerator: An economic investment case & financing requirements*. <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/act-accelerator/economic-investment-case-final-v2.pdf> adresinden 19 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- World Health Organization. (2020). *COVID-19 strategy update*. <https://www.who.int/publications/m/item/covid-19-strategy-update> adresinden 15 Nisan 2025 tarihinde alınmıştır.
- World Health Organization. (2021). *WHO Director-General's opening remarks at the 148th session of the Executive Board*. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-148th-session-of-the-executive-board> adresinden 09 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.

World Health Organization. (2022). *mRNA technology transfer hub*. <https://www.who.int/initiatives/the-mrna-vaccine-technology-transfer-hub> adresinden 19 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.

World Trade Organization. (2021). *TRIPS waiver for COVID-19 vaccines*. https://www.wto.org/english/news_e/news22_e/trip_08jul22_e.htm#:~:text=At%20MC12%2C%20trade%20ministers%20adopted,over%20the%20next%20five%20years adresinden 03 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

EVALUATION OF PARTICIPATION FINANCE ACCOUNTING STANDARDS IN TÜRKİYE BY ACADEMICIANS AND PARTICIPATION BANK EMPLOYEES*

TÜRKİYE'DE KATILIM FİNANS MUHASEBE STANDARTLARININ AKADEMİSYENLER VE KATILIM BANKASI ÇALIŞANLARI TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Assoc. Prof. Dr. Nazan GÜNGÖR KARYAĞDI¹

Assoc. Prof. Dr. Serpil SUMER ADİN²

ABSTRACT

Although the studies on participation finance accounting standards have been developed in the last thirty years in the world, this development is still at a level that can be considered new in Türkiye. In the study, the evaluations of academics working in the field of Islamic finance and participation bank employees regarding the implementation and compliance of Participation Finance Accounting Standards in Türkiye are investigated. The evaluation of the views of the two groups that contributed both theoretically and with the service application in the field of Islamic finance distinguishes the study from the existing studies in the literature. In the study, the data are collected by questionnaire technique and analyzed in SPSS program. In the study, comparison between the two groups is made on the average of the answers because the data is not normally distributed. As a result of the evaluation, it is seen that there is generally no difference in the answers given between academicians and participation bank employees and the answers given are close to each other. In addition, academicians and employees of participation bank stated that the role of the CBRT, BRSA, PBAT, CMB and interest-free banking and finance representatives in the implementation of their standards is very important.

Keywords: Islamic Finance, Participation Finance Accounting Standards, Türkiye.

JEL Classification Codes: M40, M41, M49.

ÖZ

Katılım Finans Standartları ile ilgili çalışmalar dünyada son otuz yılda gelişmesine rağmen Türkiye'de bu gelişme henüz yeni sayılabilecek düzeydedir. Bu çalışmada, İslami finans alanında çalışan akademisyenlerin ve katılım bankası çalışanlarının Katılım Finans Muhasebe Standartlarının Türkiye'de uygulanması ve uyumuna ilişkin değerlendirmeleri araştırılmıştır. İslami finans alanında hem teorik hem de hizmet uygulaması ile katkı sağlayan iki grubun görüşlerinin değerlendirilmesi çalışmayı literatürdeki mevcut çalışmalardan ayırmaktadır. Çalışmada veriler anket tekniği ile toplanmış ve SPSS programında analiz edilmiştir. Çalışmada veriler normal dağılmadığı için iki grup arasındaki karşılaştırma cevapların ortalaması üzerinden yapılmıştır. Değerlendirme sonucunda akademisyenler ile katılım bankası çalışanları arasında verilen cevaplarda genel olarak bir farklılık olmadığı ve verilen cevapların birbirine yakın olduğu görülmektedir. Ayrıca akademisyenler ve katılım bankası çalışanları standartlarının uygulanmasında TCMB, BDDK, TKBB, SPK ve faizsiz bankacılık ve finans temsilcilerinin rolünün çok önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: İslami Finans, Katılım Finans Muhasebe Standartları, Türkiye.

JEL Sınıflandırma Kodları: M40, M41, M49.

* For this study the approval of ethical committee no E.88656144-000-2300148413 dated 09.05.2023 was taken from the Ethical Committee, Atatürk University.

¹  Bitlis Eren University, Vocational School of Social Sciences, Department of Accounting and Tax Applications, ngkaryagdi@beu.edu.tr

²  Atatürk University, Oltu Faculty of Humanities, Department of Finance and Banking, serpil.sumer@atauni.edu.tr

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Amaç ve Kapsam:

Son dönmlerde İslami ilkelere göre yaşam tarzını benimseyen ülkelerde uygulamalar İslami kurallar çerçevesinde yürütülmektedir. Birçok alanda İslami kurallara göre yapılan uygulamalar muhasebe ve finans alanında da kendini göstermiş ve uygulamalar bu kurallara göre revize edilmeye başlanmıştır. Bu çerçevede özellikle standartların uygulanmasında da İslami kurallar dikkate alınmış ve katılım finans muhasebe standartlarının oluşturulması, uygulanması bir ihtiyaç haline gelmiştir. Katılım finans standartları ile ilgili çalışmalar dünyada son otuz yılda gelişmesine rağmen Türkiye'de bu gelişme henüz yeni sayılabilecek düzeydedir. Bu çalışmada, İslami finans alanında çalışan akademisyenlerin ve katılım bankası çalışanlarının Katılım Finans Muhasebe Standartlarının Türkiye'de uygulanması ve uyumuna ilişkin değerlendirmeleri amaçlanmıştır. İslami finans alanında hem teorik hem de hizmet uygulaması ile katkı sağlayan iki grubun görüşlerinin değerlendirilmesi çalışmayı literatürdeki mevcut çalışmalardan ayırmaktadır.

Yöntem:

Çalışmada veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Kullanılan anket literatürde Şenel ve Arslan (2020), Yatbaz ve Çatıktaş (2021), Öztürk ve Gerekan (2022) tarafından kullanılan ve daha önce farklı çalışmalarda kullanılan anketlerden faydalanılmıştır. Güvenilirlik analizi yapılmış ve %87 ile anket sorularının güvenilir olduğu bulunmuştur. Mevcut literatürdeki çalışmalardan farklı olarak anket hem İslami finans alanında çalışan akademisyenlere hem de katılım bankası çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Yükseköğretim Akademik Tarama'da (YÖK Akademik) İslami finans anahtar kelime olarak yazılmış ve sonuç olarak Aralık 2023 itibarıyla Türkiye'de 112 akademisyenin İslami finans alanında çalıştığı tespit edilmiştir. Akademisyenlerin mail adreslerine anket gönderilmiş ve 112 akademisyenden 62 akademisyen anketi geri göndermiştir. Sayılarda tutarlılık sağlamak amacıyla aynı anket 62 katılım bankası çalışanına da uygulanmıştır. Çalışma toplam 124 katılımcı ile tamamlanmıştır. Anket tekniği kullanılan bu çalışmada SPSS programı kullanılmıştır. Çalışmada derlenen veriler normal dağılım sergilemediğinden iki grubun verdiği cevaplar arasında fark olup olmadığını deşifre etmek için nonparametrik testlerden Mann Whitney U testi yapılmış, verilen cevapların ortalamasına bakılarak katılımcıların en çok ve en az katıldıkları ifadeler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bulgular:

Anketi yanıtlayan katılımcıların %71'i erkek, %29'u kadındır. Katılımcıların %46'sı 36-45 yaş arasında, %39,5'i 26-35 yaş arasında, %5,6'sı 46-55 yaş arasında, %5,6'sı 25 yaş altında ve %3,2'si 56 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların %50'si katılım bankası çalışanı, %50'si ise İslami finans alanında çalışan akademisyenlerdir. Katılımcılar mesleki deneyim açısından incelendiğinde, %31,5'inin 11-15 yıl aralığında, %22,6'sının 1-5 yıl aralığında, %22,6'sının 6-10 yıl aralığında, %12,9'unun 16-20 yıl aralığında ve %10,5'inin 21 yıldan fazla deneyime sahip olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi incelendiğinde katılımcıların %47,6'sının doktora, %34,7'sinin lisans ve %13,7'sinin yüksek lisans derecesine sahip olduğu görülmektedir. Katılım bankası çalışanları Katılım Finans Muhasebe Standardı (KFMS)'nin uygulanmasını kolaylaştıran nedenler için verilen ifadelerle genel olarak katıldıklarını belirtmişlerdir. Verilen cevaplarda en yüksek ortalama 4,24 ile "Türkiye nüfusunun büyük çoğunluğu kendisini Müslüman olarak tanımlamaktadır" ifadesi olmuştur. Katılım bankası çalışanları, Türkiye nüfusunun büyük çoğunluğunun Müslüman olmasının KFMS'nin uygulanmasını kolaylaştıracağına kesinlikle katılmaktadır. Çalışmaya katılım sağlayan akademisyenler "Katılım bankaları ve diğer İslami finans kurumlarının sayısı giderek artmaktadır" ifadesine 4,02 ortalama ile katıldıklarını belirtmişlerdir. Akademisyenlerin KFMS uygulamasını zorlaştıran ve kolaylaştıran nedenlere verdikleri cevaplar arasında tutarlılık bulunmaktadır. KFMS standartları İslami finansın bir boyutu olarak ele alındığında, yeterli farkındalığın olmaması standartların uygulanmasını zorlaştıran bir neden olarak görülmektedir.

Sonuç ve Tartışma:

Katılım Finans Muhasebe Standartları İslami kurallara göre yaşayan ülkelerde uygulanan standartlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede çalışmada bu standartların uygulanması ve uygulanmasına yönelik bilgileri yakından takip eden iki farklı meslek gurubu ile görüşmeler yapılarak farklı görüşlerin olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada katılımcıların verdikleri cevapların ortalamasına bakılarak meslekleri açısından verdikleri cevaplar arasında fark olup olmadığı incelenmiştir. Testler sonucunda hem akademisyenler hem de katılım bankası çalışanları Türkiye'de katılım finans standartları konusunda yeterli farkındalık olmadığı için KFMS uygulamasında zorluklar yaşanacağını düşünmektedir. Standartların uygulanmasını zorlaştıran nedenlere ilişkin ifadelerle (anketin A bölümü) her iki grubun da benzer cevaplar verdiği görülmekte olup cevaplar incelendiğinde her iki grubun da verilen ifadelerle 'kararsızım' ve 'katılıyorum' cevapları verdiği görülmektedir. Akademisyenler İslami finans kurumları ve katılım bankalarının standartların uygulanmasını kolaylaştıracağı görüşüne katılırken, katılım bankası çalışanları nüfusun Müslüman olmasının standartların uygulanmasını kolaylaştıracağı görüşüne katılmaktadır. Ayrıca çalışma kapsamındaki her iki grup da standartlarla ilgili oluşturulacak hükümet politikalarının, üniversitelerde faizsiz bankacılıkla ilgili derslerin okutulmasının ve bilimsel çalışmaların eksikliğinin standartlara uyumu kolaylaştıracağını tespit etmektedir. Üçüncü bölümdeki cevapların ortalamasına bakıldığında katılım bankası çalışanları verilen tüm ifadelerle katıldıklarını belirtirken, akademisyenler denetçilerin iş yükünün artacağı, karar alma sürecinin zorlaşacağı, muhasebecilerin uyum sürecinde zorlanacağı ve uyum sürecinde eğitim gibi ek maliyetlerin ortaya çıkacağı konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Dördüncü bölümde ise hem akademisyenler hem de katılım bankası çalışanları TCMB, BDDK, TKBB, SPK ve faizsiz bankacılık ve finans temsilcilerinin standartlarının uygulanmasındaki rolünün çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak, katılım finans alanında hem teorik hem de pratik olarak, Türkiye'de katılım finans standartlarının uygunluğuna ilişkin katılımcıların verdiği cevaplar genellikle birbirine yakındır.

1. INTRODUCTION

Financial markets, which must constantly grow and develop, new financial instruments, systems and applications are being developed in order to maintain their assets and to use idle funds effectively in financial markets. Financial events in the countries and societies where Islamic rules have been adopted have necessitated a number of changes along with them. The high increase in oil prices in the 1970s played an important role in the economy. This development, which has greatly affected the financial markets, has prepared the ground for the increase of Arab capital. However, it is known that the societies that have adopted Islamic rules in Arab countries and continue their lives according to these rules and practices are against interest practices. For this reason, Islamic groups that do not accept interest have preferred not to bring their funds into the economy (Utku & Kaya, 2021, p. 332). This situation has caused a serious recession in the economy and financial markets have been negatively affected. In order to solve this situation, financial searches have been initiated and efforts have been initiated to establish organizations operating on the basis of Islamic rules. Interest-free financial institutions, Islamic financial institutions are the main ones. These organizations have started to take Islamic principles and rules as a basis in their activities and have prepared the ground for Islamic sections to turn towards them. The increasing Muslim population density has also contributed to the acceleration of these studies in all countries of the world.

Due to the increase in the Muslim population density, various alternatives have been tried to be developed by Islamic financial institutions and attempts have been made to revive the economy by issuing interest-free financial instruments. The principle of direct trade finance has started to be adopted, and Islamic principles and rules have been taken as the basis for investment instruments for investors. The need for information has increased even more by the conservative sector, which has decided to invest and has started to take part in the economy as an investor. Islamic financial institutions, which do not want to remain indifferent in the face of this situation, have started to attach importance to the provisions of sherry in order to inform their investors and make the process more efficient for both sides. The increase in transactions based on sherry provisions has made it necessary to establish a number of standards and ensure unity of practice. As a result of this requirement, AAOIFI (Islamic Financial Institutions Accounting and Audit Institution) published a number of standards regulating the functioning of the interest-free financial sector in the fields of accounting, auditing, ethics and governance in 1991. The countries where Islamic rules are applied have started to revise these standards in a way that is appropriate for their own countries. In Türkiye, these standards were taken as a basis by the POI (Public Oversight Institution) on May 21, 2019 and IFAS (Interest-free Finance Accounting Standards) were published taking into account the country's conditions.

IFAS is a set of standards created for use by interest-free financial institutions. It can be defined as standards that allow financial reporting and accounting transactions for Islamic financial institutions to be carried out in accordance with Islamic principles and rules (Gökçen, 2021, p. 553). The standards that are the main basis for the creation of IFAS and are based on the sherry provisions have been published for the first time by AAOIFI, which is headquartered in Bahrain and was established in 1991. Aiming to create standards for the non-profit and financial sectors, this institution has published a total of 100 standards in the fields of sharia (law), accounting, auditing, ethics and governance. Only 28 standards have been published in the field of accounting, and the number of countries that have adopted these standards as a guide and put them into practice has become 16 (AAOIFI, 2019; Utku & Kaya, 2021, p. 336). These published standards have also been applied in countries that have adopted Islamic rules, and each country has started to carry out its own studies. As a matter of fact, studies in this direction have been accelerated in Türkiye and activities such as the publication and implementation of IFAS have been undertaken by the POI in accordance with measure number 221 in the 2019 Presidential Annual Program (Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı, 2019). In our country, POI published some of the accounting standards published by AAOIFI in the Official Gazette No. 30780 on 21.05.2019, translating 1 conceptual framework and 7 accounting standards into Turkish. After 01.01.2020, participation banks will be able to optionally make financial reporting according to these standards. Participation banks can make financial reporting according to both TAS/IFRS and IFAS. There appear to be some differences between these two standard sets. These differences are (Utku & Kaya, 2021 p. 337):

- Differences caused by measurement,
- Determination of fair value,
- Concept of time value of money (Interest/Alternative Cost),
- Concept of payable capital,

- Differences in inclusion in financial statements

To date, the Conceptual Framework, Interest-Free Finance Accounting Guide and 25 standards have been published. These standards are shown in Table 1.

Table 1. Interest-Free Finance Accounting Standards

Order	Standard No	The Name of the Standard
1	IFAS 1	General Presentation and Explanation of the Financial Statements
2	IFAS 3	Mudârebe Financing
3	IFAS 4	Müşâreke Financing
4	IFAS 7	Selem and Sub-Selem
5	IFAS 8	İcâre and İcâre Müntehiye Bittemlik
6	IFAS 9	Zakat
7	IFAS 10	Exception and Sub-Exception
8	IFAS 14	Mutual Funds
9	IFAS 16	Foreign Currency Transactions and Businesses Abroad
10	IFAS 18	Interest-Free Financial Services Offered by Traditional Financial Institutions
11	IFAS 21	Explanations Related to the Transfer of Assets
12	IFAS 22	Reporting by Departments
13	IFAS 23	Consolidation
14	IFAS 24	Investments in Subsidiaries
15	IFAS 26	Real Estate Investments
16	IFAS 27	Investment Accounts
17	IFAS 28	Murâbaha and Other Term Sales
18	IFAS 30	Impairment, Credit Losses and Economically Disadvantageous Commitments
19	IFAS 31	Investment Power of Attorney (Ei-Vekâle Bi'l İstithmar)
20	IFAS 33	Investments in Sukuk, Shares and Similar Instruments
21	IFAS 34	Financial Reporting for Sukuk Holders
22	IFAS 35	Risk Reserves
23	IFAS36	Application of Interest-free finance Accounting Standards for the First Time Promises, Options and Protection
24	IFAS38	General Presentation and Explanation in the Financial Statements of Insurance and Private
25	IFAS T1	Pension Companies Operating on the Basis of Participation

Source: (KGK, 2023).

The main reasons for these differences between TAS/IFRS and IFAS can be considered as the information needs of the Islamic segment and, in some cases, structural differences (rejection of interest) that are completely opposite to the conventional accounting system.

2. LITERATURE

Recently, Islamic financial system has started to become an important area of activity of the global financial sector in countries where Islamic rules are applied. It has become important to implement Islamic finance system based on Islamic principles and rules, and within this framework, it is necessary to establish standards based on Sharia law. IFAS (Interest-free Finance Accounting Standards), which are intended to be applied according to Islamic rules, are an indicator of this. Various studies have been carried out recently in both national and international literature on these standards, which are being used effectively by Islamic Financial Institutions that are part of Islamic financial system and play a major role in the economy, and it was wanted to contribute to the applicability process of the standards. Some of these studies are given below.

The aim of Sarea (2012) study is to investigate the attitudes of accountants regarding the level of compliance with accounting standards of AAOIFI (Islamic Financial Institutions Accounting and Auditing Organization) .In the study, a review of the current framework of AAOIFI was conducted to determine the level of compliance with AAOIFI accounting standards. As a result of the study, it was concluded that Islamic banks in Bahrain have fully adopted the AAOIFI accounting standards.

Sarea and Hanefah (2013) took into account the perceived relative advantage, compatibility, complexity, testability and observability factors in their studies in which they wanted to determine the level of compliance of Islamic banks in Bahrain with the accounting standards of the Islamic Financial Institutions Accounting and Auditing Organization (AAOIFI). The study is based on the dissemination of the theory of innovation, which is expected to affect the level of compliance with AAOIFI accounting standards. The findings obtained from the study show that Islamic banks in Bahrain are in full compliance with AAOIFI accounting standards.

Sakib, N. (2015) analyzed the 2012 annual reports of six Islamic banks in Bangladesh in his research in which he tried to determine the compliance level of interest-free banks in Bangladesh with the standards. The reports were collected from the sources of the Banks' websites. It has been determined that these six banks comply with AAOIFI standards by an average of %53.79 in their financial statements. The standard deviation of 2.79 in the case of total compliance indicates the low level of the difference between these banks in the case of disclosure. This study reveals that it is of great importance for banks to increase the level of compliance with AAOIFI standards in order to ensure the sincerity and determination of stakeholders to comply with the Islamic Sharia.

Shaffi and Rahman (2016) aimed to examine some of the issues inUFRS9 related to the classification and measurement of Islamic financial assets in their study. Examination of documents and textual analysis of scholars' views on sharia and relevant accounting standards were adopted as the method in the study. The empirical findings obtained as a result of the study are that the classification and measurement of equity-based Islamic financial assets do not fit into the "default" classification category of amortized cost, since future cash flow receivables do not constitute only the payment of principal and interest (fixed rate payment).

Mia et al. (2016) in their study, they aimed to examine Mudharabah and Musharaka from an accounting perspective by referring to AAOIFI, IFRS and MFRS. In the study, they examined all the annual reports of Islamic banks in Malaysia from an accounting perspective in terms of Mudharabah and Musharaka usage. In line with the purpose of the study, interviews were conducted, relevant articles were examined, and the annual reports of all Islamic publications in Malaysia were also examined. In the study, it was revealed that the percentage of banks in Malaysia is much less than other investments due to their high risk.

Ajili and Bouri (2017) aimed to investigate the factors related to this compliance in a sample of Islamic banks operating in Gulf Cooperation Council member countries in their studies in which they tried to measure and compare the level of compliance with International Financial Reporting Standards (IFRS) and disclosure requirements provided by the Organization of Accounting and Auditing of Islamic Financial Institutions (AAOIFI). In the study where 39 Islamic Banks were examined between 2010 and 2014, it was concluded that 23 banks applied AAOIFI standards and 16 banks applied IFRS standards.

Ağkan (2018) mentioned participation banking in Türkiye in his study, which aims to demonstrate the applicability of the standards published by AAOIFI by participation banks operating in Türkiye. Drawing attention to the issues taken into account in the implementation of the standards, the researcher referred to the standards published by AAOIFI.As a result of the study, it was concluded that these standards were used in case UMS were insufficient, these standards were translated into Turkish with the agreement made by BRSA and AAOIFI, and it was possible to apply them voluntarily in financial institutions that engage in interest-free transactions.

Kartal and Ay (2019), in their study in which they examined the IFAS, which are a turning point for interest-free financial institutions in Türkiye, referred to the standards published by the POI (Public Oversight Institution).In the study, the responsibilities of participation banks in terms of implementing the standards are mentioned. It was emphasized that two new financial statements should be reported with IFAS, namely the Table of Sources and Uses of the Zakat and Sadaqah Fund and the Table of Sources and Uses of the Qard Fund, and that participation banks should pay attention to these issues.

Özdemir et al. (2019) in their study, in which they aimed to determine the effects of IFAS on the financial reporting of participation banks, an attempt was made to make a comparative analysis in terms of the presentation of basic

financial statements. In this context, it was aimed to reveal the differences between traditional accounting standards (IAS/IFRS) and interest-free finance accounting standards. As a result of the study, it was determined that financial reporting according to international accounting standards did not adequately meet the presentation and disclosure requirements of financial transactions of participation banks.

In their study, Çatıkkaş and Yatbaz (2019) aimed to evaluate the applicability of the accounting standards published by AAOIFI, which are compliant with Islamic principles, in participation banks operating within Islamic financial institutions in Türkiye. A survey was conducted among participation banks operating in Türkiye, and the data were analyzed using the SPSS program. As a result of the research, it was found that 58% of the participants were not aware of AAOIFI and Islamic accounting, and no significant differences were detected in the awareness levels of the participants regarding the statements included in the survey.

Şenel and Arslan (2020), in a study in which the awareness of the personnel working in the participation bank regarding Islamic finance accounting standards and the applicability level of these standards in participation banks were wanted to be investigated, a survey was applied to the employees of 5 participation banks in the province of Sivas. The data obtained in the research, in which 53 surveys were evaluated, were analyzed in the SPSS program. As a result of the research, results were obtained that %75 of the participants were knowledgeable about the standards, but the awareness was not yet at a sufficient level and banks were not ready for the use of these standards. Another conclusion obtained in the research is that there may be legal obstacles in the implementation of standards, and in this context, there are opinions that leading institutions such as POI, CBRT, TURMOB will play an important role.

In their study, Çemberlitaş et al. (2020) based their research on the comparison of the standards published by the International Financial Reporting Standards (IFRS) and the Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI). The study aimed to mutually examine the conceptual framework, leasing, financing, partnerships, and construction contract standards.

In their study, Yatbaz and Çatıkkaş (2021) wanted to examine the murabaha finance method, which is one of Islamic finance methods used in Islamic finance system. In the study, they discussed the method comparatively in terms of TAS (Turkish Accounting Standards) and IFAS published by POI, taking into account the realistic and necessary presentation. It was desired to address the differences and problems that may arise in the study. As a result of the study, it was concluded that IFAS deal with the legal aspect of the method, while TAS deals with the economic essence of the method. In addition, it was determined that there are differences in the stocking of goods in the study.

In her study, Gökçen (2021) examined the financial statements prepared within the framework of interest-free finance and accounting standards. She analyzed FFMS 1 - General Presentation and Disclosure Standard for Participation Banks and Interest-Free Financial Institutions and discussed its comparison with TMS 1 - Presentation of Financial Statements Standard, providing various evaluations related to the topic.

Utku and Kaya (2021) want to examine the situation of IFAS in relation to TAS/IFRS in their study, it is aimed to reveal the similarities and differences of standards. As a result of the study, it was determined that there are significant differences in issues related to interest and time value of money.

Doğan et al. (2022) in their study aimed to investigate whether participation banks operating in countries that implement the Interest-Free Finance Auditing Standards (IAFS) established by AAOIFI comply with these standards. Additionally, the study sought to examine the impact of increased compliance with the said standards on financial performance. To determine the compliance levels of participation banks operating in Türkiye with auditing standards, a Case Study Method was utilized for the years 2011-2020. The TOPSIS Method was employed to assess their financial performance. The results indicated a positive relationship between the compliance levels with the auditing standards and the financial performance in participation banks that voluntarily adopted the Interest-Free Finance Auditing Standards published by AAOIFI.

Barakat et al. (2023) applied inductive analytical technique in their study where they discussed the accounting and disclosure practices regarding reserves in Saudi Islamic banks, as well as the detection of accounting irregularities or errors in Islamic banks in the light of Financial Accounting Standard No. 35 published by AAOIFI. As a result of the research, it was concluded that not all Saudi Islamic banks follow these rules.

Açık Taşar (2023) aimed to compare TAS1 Presentation of Financial Statements and IFAS1 General Presentation and Disclosure standards in the Financial Statements of Participation Banks and Interest-Free Financial Institutions and to identify differences and similarities regarding the standards. As a result of the study, it was concluded that similar practices were made between TAS1 and IFAS1 standards in terms of rounding degree, netting, cross-referencing with footnotes and changes in accounting policies. In addition, the study investigated whether six participation banks in Türkiye reported in accordance with IFAS standards, it was determined that two banks applied IFAS standards only for their loans, but the general framework was determined as TFRS, while the remaining four banks reported in accordance with TFRS standards.

Elhalaby et al. (2023) conducted a study aimed at measuring the microeconomic effects of the adoption of the Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI) standards on Islamic banks (IBs) with respect to prudence, financial performance (FP), and earnings management (EM). The study utilized the Generalized Method of Moments (GMM) to analyze data obtained over an eight-year period (2014–2021) from 122 Islamic banks across 22 countries. The results indicated that the standards set by accounting organizations, such as AAOIFI and the International Accounting Standards Board (IASB), are potentially valuable for central banks, financial market regulators, investors, governments, and both adopting and non-adopting Islamic financial institutions (IFIs).

3. METHODOLOGY

Data were collected with the questionnaire technique in the study. The questionnaires used were used from the questionnaires used in the literature by Şenel and Arslan (2020), Yatbaz and Çatıkkaş (2021), Öztürk and Gerekan (2022) and previously used in different studies. Unlike the studies in the current literature, the survey was conducted both for academics working in the field of Islamic finance and for participation bank employees. Islamic finance was written as a keyword in the Higher Education Academic Search (YÖK Academic) and as a result, it was determined that 112 academics were working in the field of Islamic finance in Türkiye as of December 2023. A survey was sent to the mail addresses of academicians and 62 academicians out of 112 academicians returned the survey. In order to ensure consistency in numbers, the same survey was applied to 62 participation bank employees. The study was completed with a total of 124 participants. The data obtained by the survey technique were entered into the SPSS program and analyzed. In the study, the Mann Whitney U test was performed from nonparametric tests to decipher the normal distribution of the data and to decipher whether there is a difference between the answers given by the two groups, and it was tried to determine the expressions that the participants participated in the most and least by looking at the average of the answers given. The questionnaire form applied in this study Atatürk University it was approved by the Social and Human Sciences Ethics Committee with the decision dated 09.05.2023 and numbered E.88656144-000-2300148413.

4. FINDINGS

4.1. Demographic Findings

Demographic findings of the participants who answered the survey in the study are presented in Table 2.

Table 2. Demographic Findings of Participants

		Frequency	Percent (%)
Gender	Male	88	71
	Female	36	29
Age	under 25	7	5.6
	26-35	49	39.5
	36-45	57	46
	46-55	7	5.6
	over 56	4	3.2
Job	Academician	62	50
	Participation Bank Employee	62	50

		Frequency	Percent (%)
Professional Experience	1-5 years	28	22.6
	6-10 years	28	22.6
	11-15 years	39	31.5
	16-20 years	16	12.9
	21 years and above	13	10.5
Educational Status	Associate degree	5	4
	Bachelor degree	43	34.7
	Post graduate	17	13.7
	PhD degree	59	47.6

N=124

According to Table 2, %71 of the respondents who answered the survey were male and %29 were female. %46 of the participants are between the ages of 36-45, %39.5 are between the ages of 26-35, %5.6 are between the ages of 46-55, %5.6 are under the age of 25 and %3.2 are aged 56 and over. %50 of the participants are participation bank employees and %50 are academics working in the field of Islamic finance. When the participants are examined in terms of professional experience, %31.5 of the participants are in the range of 11-15 years, %22.6 are in the range of 1-5 years, %22.6 are in the range of 6-10 years, %12.9 are in the range of 16-20 years and %10.5 have over 21 years of experience. When the education level is examined, %47.6 of the participants have a doctorate degree, %34.7 have a bachelor's degree and %13.7 have a master's degree.

4.2. Average of Answers to Questions

The average of the statements in the survey consisting of parts A, B, C and D was taken to examine the participants' level of agreement with the statements in the survey. The meaning level expressed by the arithmetic mean value of the answers given in the survey was determined as "1-1.80: I completely disagree 1.81-2.60: I disagree 2.61-3.40: I am undecided 3.41-4.20: I agree 4.21-5.00: I completely agree" (Yanık, 2013, p. 28). The average of the responses of academics working in the field of Islamic finance and participation bank employees to the statements about the difficult reasons for the IFAS application given in the survey is presented in Table 3.

Table 3. Participants' Answers to IFAS Questions 1

Statements Regarding the Reasons That May Make IFAS Implementation Difficult		Average	
		Academician	Participation Bank Employee
A1	The current standards are considered sufficient	3.40	3.63
A2	Not enough existing processes to require change	3.19	3.69
A3	<i>There is not enough awareness yet</i>	3.98	3.85
A4	The idea that there are legal obstacles and they cannot be overcome	3.19	3.40
A5	The idea that current standards meet the need	3.45	3.45
A6	Interest-free banks are not yet ready for such a change	3.19	3.16
A7	There is a shortage of expert accountants and auditors in this field	3.69	3.50
A8	Interest-free finance accounting standards are still very new	3.68	3.66
A9	Interest-free finance accounting standards are not compelling	3.31	3.53
A10	The Accounting Standards published by the Accounting and Auditing Organization of Islamic Financial Institutions are not accepted internationally	3.26	3.56
A11	The idea that duality will emerge in practice	3.42	3.31

According to Table 3, both participation bank employees and academics working in the field of Islamic finance stated that they agreed with the statement "There is not enough awareness yet" as the reason that makes the application of IFAS difficult, with the highest average. Although there has been an increase in studies on Islamic finance in recent years, academicians and participation bank employees state that IFAS awareness is insufficient.

The answers given both in the academic dimension and in the application dimension are not surprising. As a matter of fact, while FFMS studies around the world date back to 1991, studies on the subject started to be carried out in Türkiye approximately thirty years later.

The average of the answers given by academicians working in the field of Islamic finance and participation bank employees to the statements regarding the reasons that facilitate the implementation of IFAS given in the survey are presented in Table 4.

Table 4. Participants' Answers to IFAS Questions 2

Statements Regarding the Reasons That Facilitate IFAS Implementation	Average	
	Academician	Participation Bank Employee
B1 <i>The fact that the vast majority of the population of Türkiye identifies itself as Muslim</i>	3.76	4.24
B2 The government should follow interest-free banking and finance development policies	4.00	3.97
B3 The current trend towards interest-free banking and finance in the international arena	3.71	3.84
B4 <i>Increasing number of participation banks and other interest-free financial institutions</i>	4.02	4.15
B5 Suitability of political and social climate	3.66	3.90
B6 Increasing number of research centers in the field of interest-free banking and finance	3.76	3.95
B7 Opening of undergraduate, graduate and doctoral programs related to interest-free banking and finance within the universities and teaching of courses	3.69	3.77
B8 Organizing scientific events (congresses, workshops, etc.) in the field of interest-free banking and finance	3.69	3.73
B9 Including the development of interest-free banking and finance in the Development Plan	3.73	3.82

According to Table 4, participation bank employees generally answered that they agree with the statements given for the reasons facilitating the implementation of IFAS. The highest average in the answers given was the statement “The vast majority of the population of Türkiye identifies itself as Muslim” with 4.24. Participation bank employees strongly agree that the fact that the majority of Türkiye's population is Muslim will facilitate the implementation of IFAS. Academicians working in the field of Islamic finance stated that they agreed with the statement “The number of participation banks and other interest-free financial institutions is increasing gradually” with an average of 4.02. There is consistency between the answers given by academicians to the reasons that make IFAS implementation difficult and easier. When IFAS standards are considered as a dimension of Islamic finance, lack of sufficient awareness is considered as a reason that makes it difficult to implement the standards. As a factor of eliminating this difficult reason, it is expected that the increase in the number of institutions and organizations that will operate in the field of Islamic finance, not only in theory, but also in the practice of operating Islamic finance applications, will create awareness in this area. It is expected that the resulting awareness will facilitate IFAS applications.

The average of the responses of academicians working in the field of Islamic finance and participation bank employees to the statements regarding the IFAS application given in the survey is presented in Table 5.

Table 5. Participants' Answers to IFAS Questions 3

Statements about the IFAS Application	Average	
	Academician	Participation Bank Employee
C1 I think that with the application of interest-free finance accounting standards, compliance will be achieved with the financial statements of other banks of the same type in the world.	3.95	3.85
C2 By applying interest-free finance accounting standards, realistic presentation in the financial statements will be ensured.	3.94	3.90
C3 With the application of interest-free finance accounting standards, guidance will be provided to accountants in the financial reporting process.	4.02	3.94
C4 <i>By applying interest-free finance accounting standards, adequate disclosure of comparable financial information will be provided.</i>	4.06	3.66
C5 With the implementation of interest-free finance accounting standards, users' confidence in financial reports will increase.	4.05	4.00

Statements about the IFAS Application		Average	
		Academician	Participation Bank Employee
C6	<i>With the implementation of interest-free finance accounting standards, there will be an increase in the confidence of interest-sensitive international investors.</i>	4.03	4.03
C7	With the implementation of interest-free finance accounting standards, the international validity of financial statements will increase.	3.90	4.00
C8	With the application of interest-free finance accounting standards, there will be difficulties in comparing the financial statements of participation banks with the financial statements of deposit banks.	3.16	3.90
C9	With the application of interest-free finance accounting standards, users' interpretations of financial information will vary.	3.40	3.79
C10	With the application of interest-free finance accounting standards, it will become difficult for users to make decisions.	2.68	3.77
C11	With the implementation of interest-free finance accounting standards, there will be an unnecessary increase in the workload of external auditors.	2.74	3.76
C12	With the implementation of interest-free finance accounting standards, accountants will have great difficulty in complying.	3.05	3.82
C13	With the implementation of interest-free finance accounting standards, additional training costs will arise for the compliance of accountants.	3.40	3.89

According to Table 5, when the responses of academicians and participation bank employees to the IFAS application statement were examined, participation bank employees responded 'I agree with all of the statements given', while academics responded 'I disagree', 'I am undecided' and 'I agree'. Participation bank employees stated that they agreed with the statement "With the implementation of interest-free finance accounting standards, there will be an increase in the confidence of interest-sensitive international investors" with the highest average of 4.03. Academicians, on the other hand, stated that they agreed with the statement "With the application of interest-free finance accounting standards, an adequate level of explanation regarding comparable financial information will be provided" with the highest average of 4.06. In addition, academicians stated that they remained undecided on the statement "With the application of interest-free finance accounting standards, it will become difficult for users to make decisions" with the lowest average of 2.68. Again, participation bank employees stated that they agreed with the statement that accountants would experience difficulties when the IFAS started to be implemented, while academics stated that they remained undecided on this statement.

The answers of academicians working in the field of Islamic finance and participation bank employees with the highest percentage given to statements about the level of importance of individuals and institutions that will facilitate the implementation of IFAS given in the survey are presented in Table 6.

Table 6. Importance Level of Persons and Institutions to Facilitate IFAS Implementation

Importance Level of Persons and Institutions Facilitating the Implementation of Interest-Free Finance Accounting Standards		Answers			
		Academician		Participation Bank Employee	
		Expression	Percent (%)	Expression	Percent (%)
D1	Central Bank of the Republic of Türkiye (CBRT)	Very Important	51.6	Very Important	67.7
D2	Banking Regulation and Supervision Board (BRSA)	Very Important	80.6	Very Important	74.2
D3	Union of Chambers of Independent Accountants and Financial Advisors of Türkiye (TÜRMOB)	Very Important	46,8	Important	51.6
D4	Public Oversight Accounting and Auditing Standards Authority (POI)	Very Important	62.9	Important	56.5
D5	Participation Banks Association of Türkiye (PBAT)	Very Important	66.1	Very Important	77.4
D6	Capital Markets Board (CMB)	Very Important	58.1	Very Important	61.3
D7	Independent audit firms	Important	46.8	Important	38.7
D8	Academicians specialized in the field of accounting	Important	53.2	Important	41.9
D9	Interest-free banking and finance representatives	Very Important	53.2	Very Important	54.8
D10	Relevant Ministries	Important	46.8	Very Important	56.5

According to Table 6, both participation bank employees and academics working in the field of Islamic finance stated that the role of the CBRT, BRSA, PBAT, CMB and interest-free banking and finance representatives in the implementation of their standards is very important in their answers regarding the importance of people and institutions that will facilitate the IFAS application.

4.3. Difference Analyzes

It was wondered whether the answers given by the participants differed from the occupational point of view. Mann Whitney U test was performed because the series did not exhibit normal distribution. The results of the Mann Whitney U Test, which tests whether there is a difference between the answers given by the participants in terms of profession, are presented in Table 7.

Table 7. Mann Whitney U Test Result

Expressions	U Value	P Value
A1	1468,5	0.013
B2	1513	0.033
C4	1520,5	0.028
C8	1219	0.000
C9	1510,5	0.031
C10	972	0.000
C11	967	0.000
C13	1462	0.015

As a result of the test conducted according to Table 7, there was a significant difference in the expressions of A1, B2, C4, C8, C9, C10, C11, C12 and C13 at the significance level of %5 difference between the answers given from a professional point of view. The resulting difference is due to the answers given by academics. To give an example of this situation, for the A1 statement, the participation bank employees stated that they agreed with the statement given, while the academics stated that they remained undecided. Even if the same answer is given in some statements, there is a difference in the number of answers given by the participants.

5. CONCLUSION

When the national and international literature is examined, it is seen that studies have been conducted on interest-free finance standards. In the studies conducted, there are studies in which the opinions of academicians or the opinions of employees of Islamic banks are taken in terms of compliance and compliance with the standards. In this study, which was based on the studies in the literature, the opinions discussed separately were tried to be evaluated together. The opinions of academicians who contribute to the development of the field by conducting studies in the field of Islamic finance and the opinions of participation bank employees who contribute with the services they offer in the field of Islamic finance regarding interest-free finance standards were tried to be evaluated comparatively. The study differs from the existing studies in the literature at this point. Thus, it was tried to determine at which point the difference occurred in terms of the two groups. Taking into account the differences between the two groups, it is thought that the implementation of the standards will make it easier to adopt the standards in terms of theory and practice.

In the study, by looking at the average of the answers given by the participants, it was examined whether there was a difference between the answers they gave in terms of their profession. As a result of the tests, both academicians and participation bank employees think that there will be difficulties in IFAS application since there is not enough awareness about interest-free finance standards in Türkiye. It is seen that both groups gave similar answers to the statements regarding the reasons that make the implementation of the standards difficult (part A of the survey). When the answers are examined, it is seen that both groups gave 'I am undecided' and 'I agree' answers to the statements given. However, academicians have stated that they are more ambivalent towards statements compared to participation bank employees. In the second part of the survey (part B), it is observed that the two groups gave different answers in the statements presented for the reasons facilitating IFAS applications. While academicians agree with the view that interest-free financial institutions and participation banks will facilitate the

implementation of standards, participation bank employees agree with the view that the fact that the population is Muslim will facilitate the implementation of standards. In addition, both groups within the scope of the study determine that the government policies to be established related to standards, the teaching of courses at universities related to interest-free banking and scientific studies will facilitate compliance with the standards. In the third part of the survey (Part C) includes statements regarding the application of participation finance accounting standards. In Part C, there are differences between the answers given by academicians and participation bank employees. Considering the average of the answers in the third section, while participation bank employees stated that they agreed with all the statements given, academicians stated that they were undecided that the workload of auditors would increase, the decision-making process would become difficult, accountants would have difficulties in the adaptation process, and additional costs such as training would arise during the adaptation process. In the fourth section, both academicians and participation bank employees stated that the role of the CBRT, BRSA, PBAT, CMB and interest-free banking and finance representatives in the implementation of their standards is very important.

It is thought that academics were indecisive in their answers because they were theoretically familiar with participation finance accounting standards. However, participating bank employees stated that they agreed or disagreed with the statements given more because they were practically familiar with the subject.

DECLARATION OF THE AUTHORS

Declaration of Contribution Rate: The authors have equal contributions.

Declaration of Support and Thanksgiving: No support is taken from any institution or organization.

Declaration of Conflict: There is no potential conflict of interest in the study.

REFERENCES

- Açık Taşar, S. (2023). TMS1 ve FFMS1 muhasebe standartlarının karşılaştırılması ve katılım bankaları açısından değerlendirilmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(1), 371-382.
- Ağkan, F. (2018). AAOIFI standartları ve Türkiye katılım bankalarında uygulanabilirliği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 235–245.
- Ajili, H., & Bouri, A. (2017). Comparative study between IFRS and AAOIFI disclosure compliance: Evidence from Islamic banks in gulf co-operation council countries. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 15(3), 269-292.
- AAOIFI. (2019). *Standards issued*. Bahreyn: Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions.
- Barakat, A. I. M., Samhan, H. M., & Al-Souri, K. A. (2023). Implementation of AAOIFI standard no.35 by Saudi Islamic Banks: Opportunities and challenges. *International Journal of Professional Business Review*, 8(8), 1-21.
- CYP. (2019). *Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı 2019*. Retrieved December 02, 2023 from https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/2019_Yili_Cumhurbaskanligi_Yillik_Programi.pdf
- Çatıkkaş, Ö., & Yatbaz, A. (2019) İslami muhasebe standartlarının Türkiye’deki katılım bankalarında uygulanabilirliği: Bir alan araştırması, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 3358-3373.
- Çemberlitaş, İ., Oral, T., & Erkuş, H. (2020). İslami finansal kuruluşlar için muhasebe standartları ve uluslararası muhasebe standartlarının karşılaştırmalı olarak analizi, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 79-89.
- Doğan, İ., Öncü, S., Sayın, F., & Kayalı, N. (2022). Faizsiz finans denetim standartlarına uyum düzeylerinin finansal performans üzerindeki etkisi: Uluslararası bir uygulama örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 9(86), 1483-1505.

- Elhalaby, S., Sarea, A., Alnesafi, A. & Al-Absy, M. S. B. (2023). The adoption of AAOIFI standards by Islamic Banks: Understanding the microeconomic consequences. *Economies*, 11(3), 22-39.
- Gökçen, G. (2021). Faizsiz finans ve muhasebe standartları (FFMS) kapsamında düzenlenen finansal tabloların incelenmesi ve Türkiye finansal raporlama standartları (TFRS) /Türkiye muhasebe standartları (TMS) ile karşılaştırılması. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 552-565.
- Kartal, M. T., & Ay, H. (2019). Türkiye’de faizsiz finans kuruluşları açısından bir dönüm noktası: Faizsiz finans muhasebe standartları (ffms) üzerine bir inceleme. *Journal of International Banking Economy and Management Studies*, 2(1), 77-102.
- KGK. (2023). *Faizsiz finans muhasebe standartları*. Retrieved December 01, 2023 from [https://www.kgk.gov.tr/ContentAssignmentDetail/4895/Kat%C4%B1%C4%B1m-Finans-Muhasebe-Standard%C4%B1-1-\(Revize\)-%E2%80%9CFinansal-Tablolarda-Genel-Sunum](https://www.kgk.gov.tr/ContentAssignmentDetail/4895/Kat%C4%B1%C4%B1m-Finans-Muhasebe-Standard%C4%B1-1-(Revize)-%E2%80%9CFinansal-Tablolarda-Genel-Sunum)
- Mia, M. R., Hasnat, M. A., & Mahjabeen, W. (2016). Mudharabah and musharakah from the accounting perspective by referring to AAOIFI, IFRS and MFRS. *IOSR Journal of Business and Management*, 18(7), 67-72.
- Özdemir, O., Demirdöğen, Y., & Oushar, Y. (2019). Faizsiz finans muhasebe standartlarının mali tabloların sunulmasına etkileri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 1151-1171.
- Öztürk, S., & Gerekan, B. (2022). Faizsiz finans muhasebe standartları: Akademisyenlerin görüşü üzerine bir araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 24(2), 461-481.
- Sakib, N. (2015). Conformity level of AAOIFI Accounting Standards by Six Islamic Banks of Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 7(3), 16-23.
- Sarea, A. M. (2012). The level of compliance with AAOIFI accounting standards: Evidence from Bahrain. *International Management Review*, 8(2), 27-32.
- Sarea, A. M., & Hanefah, M. M. (2013). Adoption of AAOIFI accounting standards by Islamic banks of Bahrain, *Journal of Financial Reporting & Accounting*, 11(2), 131-142.
- Shafii, Z., & Rahman, A. R. A. (2016). Issues on ohe application of IFRS 9 and fair value measurement for Islamic financial instruments. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 7(3), 202-214.
- Şenel, S. A., & Arslan, Ö. (2020). Katılım bankası çalışanlarının faizsiz finans muhasebe standartlarına bakış açılarının analizi: Sivas ili örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 1394-1414.
- Utku, M., & Kaya, Y. (2021). Faizsiz finans muhasebe standartları ve TMS/TFRS karşısındaki durumu. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(2), 331-352.
- Yanık, R. (2013). *Bilişsel yeteneklerin iç denetim üzerindeki etkisi*. Pegem Akademi.
- Yatbaz, A., & Çatıkkaş, Ö. (2021). Murabaha finansmanı yönteminin Türkiye muhasebe standartları ve faizsiz finans muhasebe standartları kapsamında katılım bankaları açısından muhasebeleştirilmesi: Karşılaştırmalı bir örnek uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 89, 1-26.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

PARA POLİTİKASI VE GELİR EŞİTSİZLİĞİ İLİŞKİSİ: KIRILGAN BEŞLİ ÜLKELERİNDE NEDENSELLİK ANALİZİ

THE RELATIONSHIP BETWEEN MONETARY POLICY AND INCOME INEQUALITY: CAUSALITY ANALYSIS IN FRAGILE FIVE COUNTRIES

Doç. Dr. Seda BAYRAKDAR¹

ÖZ

Gelir dağılımı eşitsizliği birçok ülkenin onlarca senedir gündeminde olan önemli bir sosyo-ekonomik problemdir. Gelir dağılımı eşitsizliği durumunda başta ekonomik büyüme ve sosyal refah bu süreçten olumsuz etkilenecektir. Bu nedenle hem ekonomik hedeflere ulaşmada hem de sosyal adaletin sağlanmasında gelir dağılımı eşitsizliklerinin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu çalışmada gelir eşitsizliği konusunda ihmal edilen para politikasının etkileri Kırılgan Beşli olarak isimlendirilen (Brezilya, Hindistan, Endonezya, Güney Afrika ve Türkiye) ülkelerde 1994-2017 dönemi için panel veri nedensellik analizi ile araştırılmaktadır. Çalışmada bu ülkelerde uygulanan para politikası araçlarından politika faizi, geniş para arzı ve gelir eşitsizliği arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Analiz kapsamında ele alınan dönemde Brezilya, Güney Afrika ve Türkiye açısından Gini katsayısından politika faizine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi ve Brezilya, Güney Afrika'da ise geniş para arzından politika faizine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gelir Eşitsizliği, Para Politikası, Kırılgan Beşli.

JEL Sınıflandırma Kodları: E4, E5, Q1.

ABSTRACT

Income inequality is a significant socioeconomic problem that has been on the agenda of many countries for decades. Income inequality will negatively impact economic growth and social welfare. Therefore, eliminating income inequalities is necessary both to achieve economic goals and to ensure social justice. This study investigates the effects of monetary policy, which has been neglected in income inequality, in the Fragile Five countries (Brazil, India, Indonesia, South Africa, and Turkey) using panel data causality analysis for the period 1994-2017. The study examines the causal relationship between the policy rate, the broad money supply, and income inequality, which are among the monetary policy instruments implemented in these countries. A unidirectional causal relationship from the Gini coefficient to the policy rate was found for Brazil, South Africa, and Turkey during the period covered in the analysis, while a unidirectional causal relationship from the broad money supply to the policy rate was found for Brazil and South Africa.

Keywords: Income Inequality, Monetary Policy, Fragile Five.

JEL Classification Codes: E4, E5, Q1.

¹  Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Finansal Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, seda.bayrakdar@hbv.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Income inequality is an economic problem that has been on the agenda of many countries for decades and has been discussed. In the event of income inequality, economic growth and economic efficiency will be negatively affected by this process. Therefore, income distribution inequalities must be eliminated both in achieving economic goals and in ensuring social justice. In this study, the effects of monetary policy, which has been neglected in income inequality, are investigated with panel data causality analysis for the period 1994-2017 in the countries called the Fragile Five (Brazil, India, Indonesia, South Africa and Türkiye). In the study, the causality relationship between the policy rate, broad money supply and income distribution, which are the monetary policy tools applied in these countries, is examined.

Design/methodology/approach:

Since the aim of the study is to investigate the causal relationships between three variables, a total of six models are established. Therefore, first, whether there is a causal relationship between the variables x_1 used to represent the policy interest rate and y used to represent the income distribution; between x_2 used to represent the broad money supply and income distribution y and finally between the policy interest rate and the broad money supply is analyzed with the bidirectional causality test. The existence of the causal relationship between the variables included in the analysis within the scope of the study is examined with Dumitrescu and Hurlin (2012) panel causality test. This panel causality test can be applied both in the presence and in absence of cross-sectional dependency and in the case of slope coefficient homogeneity or heterogeneity (Erataş Sönmez and Sağlam, 2019, p.101). The only condition required for the application of the test is that the variables questioned or examined for causal relationship between them are stationary at the same level (Dumitrescu and Hurlin, 2012, p.1452). Given all this information regarding the Dumitrescu and Hurlin (2012) causality test, the method of the study can be explained as follows: (i) first, whether there is cross-sectional dependency on the basis of models is examined. (ii) then, whether the slope coefficients are homogeneous or heterogeneous is determined. (iii) then, a unit root test is applied in order to examine the stationarity status of the variables. (iv) following the unit root test, the optimal lag length is determined for the model to be examined and (v) finally, the test is applied and the causality relationship between the variables is examined.

Findings:

As a result of the analysis, the countries where the causality relationship from income distribution to policy rate is valid are Brazil, South Africa, and Türkiye. Accordingly, there is a one-way causality relationship from the Gini coefficient to the policy rate for Brazil, South Africa, and Türkiye during the period examined in the analysis. Another finding is that a one-way causality relationship exists from the broad money supply to the policy rate in Brazil and South Africa.

Conclusion and Discussion:

The relationship between monetary policy and income distribution inequality, which is generally neglected in the study, has recently been examined for the Fragile Five Countries, which are evaluated in the same categorization due to similar structural fragilities. The effect of monetary policy on income inequality emerges through the income composition channel, earnings heterogeneity channel, financial segmentation channel, portfolio channel and savings redistribution channel. While theoretical and empirical inferences reveal a relationship between these two variables, they do not indicate the direction of this relationship. The relationship between income inequality and monetary policy practices has been proven by various empirical studies (Ersoy et al., 2008; Züllig, 2015; Davtyan, 2016; Coibion et al., 2016; Broer et al., 2017; Furceri et al., 2018; Guerello, 2018; Hohberger et al., 2018; Lenza and Slacalek, 2019; Yousaf et al., 2018; Creel and Herradi, 2019; Goodness et al., 2019). However, there are no definitive results on how expansionary or contractionary monetary policies would affect income inequality. This uncertainty may be due to many reasons: First, whether the implemented monetary policies are traditional or modern monetary policies and the policy tools used for monetary policies are very important. When implementing monetary policies aimed at quantitative easing or quantitative contraction, different monetary policy tools such as open market operations, short-term and long-term interest rates, M1 or M2 money supply, nominal or real interest rates, and policy interest rates can be used. Which of these tools would be used would affect which of the monetary policy and income inequality channels would be active. In addition, the structural differences of the countries would cause the implemented policy results to have different results. It is also said that many other variables that are not within the scope of the study and are accepted as "ceteris paribus" affect income inequality, of course; however, it would not be easy to separate these effects. Ultimately, as a result of the study, a causal relationship is determined between income inequality and monetary policy. In the fragile five countries examined, Brazil, South Africa and Türkiye, a unidirectional causal relationship from the Gini coefficient to the policy rate is found, while in Brazil and South Africa, a unidirectional causal relationship from the broad money supply to the policy rate is found.

1. GİRİŞ

Geleneksel yazında para politikası ve gelir dağılımı arasındaki ilişki ihmal edilmesine rağmen bu iki önemli makroekonomik değişkenin etkileşiminin tamamen göz ardı edildiği de söylenemez. Merkez bankalarının uyguladıkları para politikalarının istihdam artışı, ekonomik büyüme gibi hedefleri olsa da (TCMB, 2025) geleneksel Merkez Bankacılığında para politikasının asli görevi fiyat istikrarı yani parasal istikrardır. Bu hedef faiz politikalarının gelir dağılımı üzerindeki etkilerinin ikinci sıraya atılmasına dahası göz ardı edilmesine yol açmıştır (Cœuré, 2012). Para politikasının gelir dağılımı ile etkileşimi faiz ve enflasyon üzerinden kurgulanmaktadır. Para politikalarının kamu otoritesi tarafından farklı kullanımları geliri yoksullar ya da zenginler lehine aktarabilir (Taşcı, 2019, s. 86). İktisadi olarak yüksek faiz oranları çeşitli gerekçelerle hoş görülmemektedir. Servet sahipleri yüksek faiz oranları aracılığıyla servetlerine servet katmaktadır (Çetin, 2013, s. 19). Yüksek faiz oranları uzun vadeli reel yatırımlar azaltırken, istihdamın azalmasına ve işsizliğin artmasına neden olmaktadır. Bir ülkede fonksiyonel gelir dağılımı açısından bakıldığında milli gelirden en yüksek payı ücretliler alıyorsa yüksek faiz oranları gelir dağılımını ilk olarak ücretliler aleyhine bozmakta ve bu nedenle bir bütün olarak ülkedeki gelir dağılımı bozulmaktadır (Brown, 1999, s. 2153; Ceyhan ve Peçe, 2020, s. 36; Bükey ve Çetin, 2017, s. 108). Tam tersi düşük faiz oranları ise gelir dağılımı adaletini alt gelir grubunun yararına olacak şekilde değiştirebilir. Örneğin tarım, sanayi sektörüne verilen düşük faizli krediler bu alanlarda üretim yapan firmaları üretime teşvik edebilecektir. Yaşanabilecek üretim artışı emek talebini tetikleyerek toplam istihdamı artırabilir. Bu nedenle alt gelir grubu düşük faizlerden olumlu etkilenecektir (Büyükdenez, 1991, s. 34; Akgül, 2018, s. 41). Daraltıcı bir para politikasını izleyen yüksek faiz oranları borçlanma maliyetini artırarak borcu ödenmez hale getirebilir ve bu nedenle gelir-servetin transferine yol açabilir (toplumun alt tabakasından üst tabakasına doğru) yüksek faizler yalnızca mevduat üzerinden faiz geliri elde edenlerin işine yarayacak, diğer kesimler yüksek faizlerden olumsuz etkilenecektir. Bu etki de gelir dağılımında bozulmaya yol açar (Diwany, 2011, s. 156-168; Karabulut, 2006, s. 32). Literatürde para politikalarının özellikle de genişletici para politikalarının gelir dağılımını düzelttiği ya da bozduğuna dair farklı görüşler vardır. Örneğin genişletici para politikalarının hisse senedi fiyatları üzerinde yukarı yönlü bir harekete neden olması bu senetleri ellerinde tutanlar lehine yani zenginlerin lehine bir durum yaratması beklenmekte ise de orta- düşük gelirli olan aleyhine bir durumun ortaya çıkacağını söylemek çok da mümkün değildir: genişletici para politikaları ile varlık fiyatları artsa da istihdam artışı da buna eşlik edecektir. Genişletici para politikaları üzerinden güçlendirilen emek piyasası ve yüksek ücret hadlerinin orta sınıf lehine bir sürece yol açacağı ifade edilmektedir. Ayrıca orta sınıf, genişletici para politikalarının olumlu etkilerinden de bütünü ile mahrum kalmayacak, yükselen varlık fiyatlarından olumlu etkileneceklerdir (orta sınıfın birçoğunun ev sahibi olması nedeniyle) ve küçük işletmelerde herhangi bir mülkiyet hissesine sahip olan kimseler de yine varlık fiyatlarındaki artıştan olumlu etkileneceklerdir. Genişletici para politikalarının yarattığı enflasyonist dönemde borçlu ve alacaklı arasında borcun reel değerini azaltan bir süreç yaşanacaktır. Borçluların yüksek enflasyondan faydalanması sayesinde borçlarının reel değeri düşerken alacaklılar ise reel olarak kaybetme eğilimindedirler. Borçluların alacaklılardan daha fakir olması nedeniyle genişletici para politikaları eşitsizliğin azalması yönünde bir etki yaratabilir.

Para politikasının gelir dağılımı üzerindeki etkilerini ölçmek çok kolay olmayacaktır. Çeşitli makroekonomik değişkenlerde ortaya çıkan oynakların ekonomideki diğer şoklardan mı yoksa para politikasından mı kaynaklandığını anlamak zordur. Mal-emek piyasalarının işleyişleri ile finans sektörünün işleyişi ve şoklara tepki verme süresi aynı değildir. Mesela, para politikalarının etkilerinin hisse senetlerindeki yansıması ve konut fiyatlarındaki yansımaları birbirlerinden farklı olacaktır (Aoki vd., 2002, s. 163-177).

Bu çalışma para politikası ve gelir dağılımı arasındaki ilişkinin yönünü “Kırılgan Beşli” ülkelerinde panel nedensellik testi ile araştırmaktadır. Kırılgan Beşli terimi, Morgan Stanley’deki bir araştırma analisti tarafından 2013 yılının Ağustos ayında, büyüme beklentilerini finanse etmek için istikrarsız yabancı yatırımlara aşırı bağımlı hale gelen gelişmekte olan piyasa ekonomilerini temsil etmek için ortaya atılmış bir ülke grubu kategorisidir. Kırılgan grubun orijinal beş üyesi arasında Türkiye, Brezilya, Hindistan, Güney Afrika ve Endonezya yer almaktadır (Chadwick, 2018, s. 3). Çalışma birkaç açıdan literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Birinci katkı çalışmadaki konu seçiminin özgünlüğüdür. Gelir eşitliği/eşitsizliği konusu araştırılırken özellikle maliye politikası değişkenlerinin sıklıkla çalışmalara konu edildiği görülmektedir. Son dönemde konu kapsamı diğer makroekonomik göstergeleri içerse de para politikasının etkilerinin incelendiği çalışmalar son derece sınırlıdır. Çalışmanın özgünlüğüne ve katkısına gerekçe olarak gösterilebilecek ikinci husus gelir dağılımı eşitliği göstergesi olarak kullanılan Solt (2020) verileridir. Geleneksel Gini katsayıları yerine ölçüm yöntemi daha güçlü olduğu ve uluslararası mukayeselere daha fazla izin veren bu veriler yabancı literatürde daha yaygın olarak kullanılmaktadır.

Çalışmanın alana katkısını gösteren bir başka husus ise konu ile alakalı diğer çalışmaların aksine ekonometrik yöntem olarak eş bütünleşme analizinin değil nedensellik analizinin yapılmasıdır. Ayrıca sadece seçili ülkeleri ele alan başka bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Çalışmada konunun önemini ve içeriğini ifade eden ilk kısmından sonraki ikinci kısmında gelir eşitsizliği ile alakalı kavramsal çerçeve ortaya konulacaktır, Kırılgan Beşli Ülkelerindeki gelir eşitsizliği anlatılacaktır. Çalışmanın üçüncü kısmında ise para politikaları ve gelir eşitsizliği ilişkisine dayanak oluşturacak teorik arka plan açıklanacaktır. Dördüncü kısım, konuya ait literatür özetini içeren ampirik çalışmalardan oluşmaktadır. Beşinci kısımda çalışmanın modeli, yöntemi ve ampirik bulguları anlatılarak sonuç kısmı ile çalışmadaki bulgular analiz edilip yorumlanacaktır.

2. GELİR EŞİTSİZLİĞİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE KIRILGAN BEŞLİ ÜLKELERİNDE GELİR EŞİTSİZLİĞİ ANALİZİ

Dünyada gelir eşitsizliği kavramının sanayi devriminden sonra ortaya atıldığı bilinse de bilhassa 1980 yılından sonra küreselleşmenin de yaygınlaşmasıyla eşitsizliklerin arttığı söylenebilir (Kamacı, 2019, s. 59). Bazı çevreler gelir eşitsizliğinin etkin piyasa ekonomisi, büyüme ve yatırım arasındaki etkileşimin sağlanması için gerekliliğinden bahsetse de, sınırı belirlenmiş bir eşitsizlik eşiği yoktur. Farklı toplumlar, coğrafyalar, kültürler, iktisadi sistemler gelir eşitsizliği konusuna yaklaşımda farklılık göstermektedir. Gelir eşitsizliğinden ne anlaşıldığı sorusuna yanıt vermek gerekirse aşırı yoksullukla paralel seyreden hızlı ekonomik ilerleme cevabı verilebilir; ama yine de ne aşırı yoksulluğun ne de aşırı zenginliğin eşitsizlik sorununun tek başına göstergesi olmadığı açıktır. En yalın hali ile kavramı basitleştirme riskine rağmen gelir eşitsizliği, farklı kişilerin veya farklı gruplarının ekonomik koşulları arasındaki karşıtlıkları şeklinde ifade edilebilir. Bazılarına göre “ekonomik koşullar” gelir ile özetlenmektedir (Champernowne ve Cowell, 1998, s. 2). Gelir eşitsizliğini belirli bir gelirin haneler ve bireyler arasında eşit olarak dağıtılmaması olarak da tanımlayabiliriz. Gelir işgücünün elde etmiş olduğu maaş, ücret, ikramiye gibi kazançların yanında sahip olunan sermaye üzerinden elde edilen faiz gelirlerini, gayrimenkul kiralarnı, kamunun yapmış olduğu transferlerin hepsini kapsamaktadır (Trapeznikova, 2019, s. 2).

Gelir dağılımının çeşitli türleri bulunmaktadır: Fonksiyonel gelir dağılımı, kişisel gelir dağılımı, bölgesel gelir dağılımı ve sektörel gelir dağılımıdır. Neo-klasik iktisadi anlayış çerçevesince şekillenen fonksiyonel gelir dağılımında üretim faktörlerinin üretimden aldıkları paylar analiz edilmektedir. Kişisel gelir dağılımı ise yaratılan milli gelirin ülke nüfusuna bölünmesi ile bulunmaktadır. Bu yaklaşımda sosyal sınıf farklılıkları dikkate alınmaz. Bölgesel gelir dağılımı, ülke içerisindeki bölgelerin gelişmişlik düzeylerini mukayese etmek ve bu konuda ulusal politikalar üretmek açısından önemlidir. Bir diğer gelir dağılımı çeşidi ise sektörel gelir dağılımıdır. Küreselleşme ile hangi sektörler daha fazla öncelik verilmesi gerektiği ve ülkenin sanayileşme seviyesini göstermesi açısından önemlidir. Gelir dağılımı eşitsizliğini ölçerken farklı ölçüm yaklaşımları bulunmaktadır. Bu ölçütler normatif ve objektif olmak üzere iki kategoride değerlendirilebilir. Objektif gelir eşitsizliği ölçütleri: Lorenz eğrisinden türetilen Gini katsayısı, aralık (the range), varyans ve değişme katsayısı, logaritmik standart sapma, göreceli ortalama mutlak sapma, logaritmik sapmaların ortalaması, Kuznets katsayısı ve Genel Entropi ölçütleri ve Theil endeksidir (Bayrakdar, 2024, s. 38-41).

Kırılgan Beşli ülkelerinde gelir eşitliğinin durumu öz olarak açıklanacak olursa (Sold, 2020); uzun bir zaman aralığına dayanan şekil uyarınca gelir eşitsizliği konusunda en kötü ülke Güney Afrika’dır. Brezilya’nın gelir dağılımı eşitsizliği 2000 yılından bu tarafa anlamlı şekilde düzelmiş, Hindistan’da ise gelir dağılımı eşitsizliği 2010 yılında büyük ölçüde azalmıştır. Zaman serisi içerisinde Endonezya 2000 yılında gelir dağılımı eşitsizliği anlamında daha iyi bir durumdayken bu pozisyonu koruyamayarak bilhassa 2015 yılı ve sonrasında gelir eşitsizliği anlamında gelişme kaydedememiştir.

3. PARA POLİTİKALARI VE GELİR EŞİTSİZLİĞİ İLİŞKİSİ: TEORİK ARKA PLAN

Genel çerçevede değerlendirildiğinde, genişlemeci para politikalarının kısa vadede gelir eşitsizliğini azaltıcı bir etkisi olabilir; ancak uzun vadede, servet birikimi ve varlık fiyatlarındaki artış yoluyla eşitsizliği artırma riski taşımaktadır. Bununla birlikte, faiz oranları üzerinden işleyen para politikası aktarım mekanizması ve enflasyon beklentilerinin şekillenme biçimi de sonuçları değiştirebilir. Bu durumu destekleyen Tunalı ve Yalçınkaya (2016), süreci şu şekilde açıklamaktadır: Politika faiz oranları, piyasa beklentilerini ve faizlerin ekonomiye yansıma biçimini etkiler. Bu geçiş etkisi; uzun vadeli faiz oranları aracılığıyla servet, kredi ve döviz kanallarına ulaşır. Kredi ve servet kanalı yoluyla etkilenen çıktı seviyesi, beklentilerle birleşerek enflasyon üzerinde belirleyici olur. Eğer kısa vadeli faiz oranları ile beklentiler arasındaki aktarımda bir bozulma yaşanır, bu durum para

politikasının etkinliğini azaltabilir. Bu tür belirsizlikler çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir. Öncelikle uygulanan para politikasının geleneksel mi yoksa modern araçlara mı dayandığı ve kullanılan politika enstrümanlarının niteliği büyük önem taşır. Çalışma kapsamında ele alınmayan ancak sabit varsayılan (“ceteris paribus”) pek çok değişkenin de gelir dağılımı üzerinde etkisi olduğu göz ardı edilmemelidir. Örneğin emeğin cinsiyet ve yaş yapısı, eğitim seviyesi, servetin dağılımı, faktör fiyatları, enflasyon, kayıt dışı ekonomi ve dolaylı-dolaysız vergiler gibi maliye politikası araçları gelir eşitsizliğini şekillendirmektedir (Şerbetçi, 2015). Bunun yanında enflasyon ve beklentiler de bu eşitsizliği etkileyen önemli unsurlardır. Yıl içinde enflasyon beklenenden fazla gerçekleştiğinde, satın alma gücü düşer ve gelir dağılımı daha da kötüleşebilir. Öte yandan, enflasyon beklentilerindeki bir sapma, faiz oranlarının gerçek düzeyinden sapmasına yol açabilir. Eğer faiz oranları beklenen enflasyonun üzerinde kalırsa, bu durum tasarruf sahipleri lehine bir gelir aktarımı anlamına gelir (Dilber & Hatipoğlu, 2022, s. 343).

Geleneksel yöntemlerden farklı olarak uygulanan para politikalarının gelir dağılımı üzerindeki etkileri birkaç kanal üzerinden ortaya çıkmaktadır. Bu kanallar: gelir kompozisyon kanalı, kazanç heterojenliği kanalı, finansal bölümlenme kanalı, portföy kanalı ve tasarruf yeniden dağıtım kanalıdır.

- **Tasarruf yeniden dağıtım kanalı:** Genel olarak hane halkı varlık ve yükümlülüklerindeki pozisyona bakılacak olursa, genç-orta yaşlı hane halkında konut ve benzeri tüketici kredilerinin ağırlıklı olmasına ek olarak varlık sahibi olanların nispeten daha ileri yaşlarda olduğu görülmektedir. Kısa vadeli tüketici kredileri alt gelir grubundan yoğunlaşırken, konut ve mortgage kredileri ise genelde orta gelir grubunda yoğunlaşmaktadır. Üst gelir grubu ise genel olarak alacaklı pozisyonundadır. Genişletici bir para politikası uygulaması enflasyon üzerinden nominal varlık ve borçların reel değerini düşürecektir. Bu durumdan varlık sahipleri olumsuz etkilenirken borçlular fayda sağlayacaklardır. Tasarruf edenlerin üst gelir grubunda borçlananların ise alt gelir grubunda olması gelir eşitsizliğindeki aralığın azalmasına yol açar. Tasarrufun yeniden dağıtım kanalı enflasyonist şokların tüm nominal varlıklar üzerindeki etkilerini araştırmaktadır (Lambrecht, 2015, s. 10).
- **Portföy kanalı:** Finansal piyasaların istikrarı konusunda merkez bankalarının varlık fiyatlarını desteklerken yapmış oldukları likidite takviyeleri ile varlık fiyatları, ücretler, istihdam gibi göstergelerde aşırı değerlendirilme ihtimali ortaya çıkmaktadır. Varlık fiyatlarındaki artış elinde nispeten daha fazla finansal varlık bulunan kimselere fayda sağlayacaktır, elinde varlığı olmayan ama düşük miktarda tasarrufu bulunan kimseler ise düşük faiz oranlarından dolayı daha az faiz geliri elde etmeleri sebebi ile bu süreçten olumsuz etkileneceklerdir. Bu durum hanehalkları arasında daha büyük bir gelir eşitsizliğine sebep olabilir (Ayako ve Frost, 2014).
- **Gelir kompozisyonu kanalı:** Hane halklarının gelirleri birçok farklı kaynaktan gelmektedir. Bu gelir çeşitliliğine göre de kamu otoritesinin uygulayacağı para politikalarının etkileri birbirinden farklı olacaktır. Alt gelir grubu gelirinin en önemli kısmını sosyal transferlerden yani işsizlik, sosyal, gıda yardımları gibi transferlerden karşılarken; orta gelir grubundakiler işgücü gelirlerine ve yüksek gelir gruplarındakiler ise ticari ve sermaye gelirlerine sahiptirler. Yani fonksiyonel anlamda bakıldığında orta gelir grubu ücret; üst gelir grubu kar-faiz-rant gibi gelirleri elde ederler. Bu açıdan değerlendirilecek olursa faiz oranlarındaki düşme iktisadi faaliyetleri canlandırırken işsizlik azaltmakta, istihdam artmakta ve ücretler orta gelir grubunun lehine değişim göstermektedir. Bunun yanında üst gelir grubunun elde ettiği faiz gelirlerindeki azalma nedeniyle gelir dağılımı eşitsizliği azalmış olacaktır (Pedro, 2017, s. 3). Tam tersi durumda ise daraltıcı bir para politikası uygulaması iktisadi hayatı olumsuz etkileyerek, istihdamı daraltacak ve işsizliği artıracaktır. Firmaların düşen emek talepleri ücret hadlerini düşürebileceği gibi işsizliğin ve işsizlik sürelerinin artmasına sebep olacaktır. Bunun yanında sıkı para politikasının getirdiği yüksek faiz oranları elinde tasarrufu bulunanların lehine bir durum ortaya çıkararak gelir dağılımı eşitsizliğini tetikleyici bir ortam yaratacaktır (Gornemann vd., 2021, s. 35).
- **Kazanç heterojenliği kanalı:** Kazanç heterojenliği kanalı sadece işgücü kazançlarına odaklanmaktadır. Çalışanın sunduğu emeğin nitelikli ya da niteliksiz olmasına göre genişletici bir para politikası yoluyla ekonomideki konjonktürel genişleme gelir üzerinde farklı değişimlere yol açacaktır. Nitelik sahibi vasıflı işgücü parasal genişleme döneminde sermayeyi tamamlama rolüne daha uygun olduklarından niteliksiz emeğe göre daha avantajlı bir duruma geçmektedirler (Carpenter ve Rogers, 2004).
- **Finansal bölümlenme kanalı:** Merkez bankasının uygulayacağı genişletici para politikaları bütün ekonomik birimleri aynı şekilde etkilememektedir. Finansal bölümlenme kanalı hipotezinde ekonomik aktörler finansal piyasalarla alakalı olanlar ve olmayanlar şeklinde ikiye ayrılmaktadırlar; çünkü, bütün iktisadi aktörler merkez bankası ile doğrudan etkileşim halinde değildirler. Mesela hane halkı, firmalar ve birçok kurum merkez bankaları ile doğrudan etkileşim halinde değildirler. Bu nedenle banka tarafından piyasaya enjekte edilen bir

para arzı ekonomiye eşit olarak dağılmaz. Dışsal olarak belirlenen merkez bankası para arzı finansal piyasalarda işlem yapmayan ekonomik aktörlere mal ve hizmet alışverişi aracılığıyla sirayet etmektedir. Her iki taraf arasındaki ticaret hacminin gelişmesi paranın direkt merkez bankası ile bağlantılı kesimlerden bağlantısı olmayan kesimlere aktarımını belirleyecektir. Merkez bankası para arzını artırdığı ya da azalttığı zamanlarda para politikalarını etkileri sosyal bir ağ üzerinden farklı yoğunluklarla hissedilecektir (Williamson, 2008).

4. LİTERATÜR TARAMASI

Yerli ve yabancı yazın taramasında gelir dağılımı eşitsizliği incelenirken kurulan ampirik modellerde kullanılan bağımsız değişkenler arasında enflasyon, işsizlik, ekonomik büyüme, yatırım oranı, döviz kuru, insani ve beşerî gelişmişlik seviyesi, ticari-finansal açıklık oranı gibi makroekonomik göstergeler vardır. Spesifik olarak maliye politikasının gelir eşitsizliğini nasıl etkilediğine yönelik yapılan çalışmalarda ise sıklıkla kullanılan değişkenler kamu harcamaları, kamu borcu, vergi geliri, vergi yükü gibi değişkenlerdir. Bunların yanında gelir dağılımı eşitsizliğinin inovasyon, işçi gelirleri, şehirleşme ve nüfus gibi diğer ekonomik faktörlerle de ilişkisinin araştırıldığı bilinmektedir. Para politikasının etkisini inceleyen çalışmalar sınırlı olmakla beraber, bu çalışmalarda kullanılan seçili değişkenlerin faiz oranı, geniş ya da dar tanımlı para arzı ve reel faiz oranı olduğu görülmektedir. Bu kısımda yapılan literatür taraması özetinde özellikle güncel ve konu ile direkt alakalı çalışmalar derlenmiştir. Tabloda (Bkz. Tablo.1) literatür özeti oluşturulurken kullanılan birçok değişkenin sonuçlarını bulgulamak yerine çalışmada kullanılan para politikası ile alakalı olarak ve daha net bir analiz yapabilmek amacıyla sadece para politikası değişkenleri ve gelir adaletsizliği arasındaki ilişki özetlenmiştir.

Ersoy vd. (2008) 1999-2008 yılları arasında Avrupa Birliği Merkez Bankası para politikalarının üye olan 12 ülkedeki gelir eşitsizliğine etkisini panel zaman serisi ile analiz ederek daraltıcı para politikalarının gelir eşitsizliğini artırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Züllig (2015) 1990-2010 yılları arasında 22 ülkede panel VAR veri analizi yöntemi kullanarak geleneksel olmayan para politikaları ve gelir dağılımı ilişkisini incelediği çalışmada etki tepki fonksiyonunun sonuçları uyarınca genişletici para politikasının borsa değerini kısa dönemde artırdığını ve eşitsizlikte bir artışa neden olduğunu bulgulamıştır. Özetle negatif bir para politikası şoku kısa vadede gelir eşitsizliğini artırırken orta vadede gelir eşitsizliğini azaltmakta, uzun vadede ise nötralize etmektedir. Davtyan (2016) ABD’de para politikasının gelir dağılımı üzerindeki etkisini 1983-2012 dönemi için araştırmış, zaman serisi yöntemi ile yapılan analizde daraltıcı bir para politikasının gelir dağılımı eşitsizliğinin yani Gini katsayısını %0,4 azalttığını ifade etmiştir. Coibion vd. (2016) yine ABD için 1980:3-2008:4 döneminde zaman serisi analizi kullanarak yaptıkları analizlerinde para politikasının gelir eşitsizliği üzerinde istatistiki olarak anlamlı olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışmada daraltıcı bir para politikasının 1 veya 2 senede gelir eşitsizliğini artırdığı, ayrıca faiz oranlarındaki artış yine gelir eşitsizliğini artırmaktadır yani gelir dağılımını bozmaktadır sonucuna ulaşılmıştır. Broer vd. (2017) Almanya için yaptıkları çalışmada 2000-2013 yılları arasında zaman serisi analizi kullanılarak para politikasının gelir eşitsizliği üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda bir birimlik para politikasında 1 baz puanlık düşünün iki sene boyunca gelir eşitsizliğini düşüreceği sonucuna ulaşılmıştır. Furceri vd. (2018) 32 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için etki tepki analizi yöntemi ile 1990-2013 yılları arasındaki dönem için politika faizinde uygulanan 100 baz puanlık beklenmedik bir artışın gelir dağılımı eşitsizliğini kısa vadede (1 yıl) yaklaşık olarak %1, orta vadede (5 yıl) %2 artırdığını tespit etmişlerdir. Guerello (2018) AB’de yer alan 17 ülke için 2001-2015 yılları arasında panel VAR modeli kullanarak analiz yapmıştır. Geleneksel para politikası olan faiz oranları ve geleneksel olmayan para politikalarından olan Avrupa Merkez Bankası satın alınan varlık miktarındaki büyümenin gelir eşitsizliğini artırdığını göstermiştir. Hohberger vd. (2018) Euro Bölgesinde yer alan ülkeler de dahil olmak üzere 59 ülke için yapmış oldukları analizde 1999:1-2017:4 yılları arasında Dinamik Stokastik Genel Denge modeli kullanarak genişletici ve geleneksel para politikaları ile niceliksel genişleme şoklarının kısa dönemde geliri, orta dönemde ise hem gelir ve servet eşitsizliğini azaltma eğiliminde olduğunu tespit etmişlerdir. Taghizadeh vd. (2018) 2002Q1-2017Q3 dönemi için Japonya VECM (etki tepki analizi) ile inceledikleri para politikası ve gelir eşitsizliği ilişkisinde sonuç olarak para arzı artarsa eşitsizliğin artacağını bulmuşlardır. Lenza ve Slacalek (2019) Bayesian VAR modeli ile 1999-2016 yılları arasında Euro Bölgesinde niceliksel genişlemeye yönelik para politikalarının işsizlik ve istihdam kanalı üzerinden gelirler artııcı etkisinin gelir eşitsizliğini azaltacağı sonucuna ulaşmışlardır. Yousaf vd. (2018) ele aldıkları 10 Asya ülkesinde 1986-2017 yılları arasında Ampirik Bayesian tahmincisi ile yaptıkları analiz sonucunda reel faiz oranlarındaki artış Hindistan, Endonezya, Filipinler ve Malezya için gelir eşitsizliğini artırmaktadır. Creel ve Herradi (2019) Avrupa Merkez Bankasının Euro bölgesinde uyguladıkları para politikasını 2000-2015 yılları arasında çeyrek

dönemler için VAR modeli ile analiz etmiş, gelir eşitsizliği ve para politikası arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş olup, nominal faiz oranlarındaki 100 baz puanlık artışın Gini katsayısında 3 yıllık bir dönem uyarınca 0,1 artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Goodness vd. (2019) Amerika Birleşik Devletleri'ni 1980:1-2008:4 yılları arasında analiz ettikleri çalışmalarında 100 baz puanlık daraltıcı bir para politikasının düşük ekonomik belirsizlik ortamında toplumun en üst ve en alt gelir grupları arasında %0,4; yüksek belirsizlik ortamında ise %0,2 eşitsizlik artışına yol açtığı sonucuna ulaşmışlardır. Tam tersi durumda yani genişletici bir para politikası uygulandığında ise gelir eşitsizliği azalmaktadır. Bozik (2019a) 2003-2013 dönemi için gelişmekte olan 5 ülkede yaptıkları, AR (1) kalınlı tesadüfi etkiler GEKK analizi sonucunda, beşeri sermaye, sabit fiyatlarla kişi başına yatırım, reel faiz oranları ve Gini katsayısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bozik (2019b) 2005-2015 döneminde gelişmiş 10 ülkede Discroll-Kraay yöntemiyle yaptıkları analiz sonucunda reel faiz oranının artması ile gelir dağılımının bozulacağı bulgulamışlardır. Aman vd. (2021) 2001-2019 dönemi için 36 Asya ülkesinde tesadüfi etkiler tahmincisi yöntemi kullanarak yaptıkları analizde reel faiz oranı ve Gini katsayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Villanthenkodath ve Mahalik (2022) 1978-2019 dönemi için Hindistan'da, ARDL sınır testi yaklaşımı kullanarak reel faiz oranı ve Gini katsayısı arasında negatif yönlü bir ilişki, reel faiz oranının karesi ve Gini katsayısı arasında pozitif bir ilişki tespit etmişlerdir. Khan ve Khan (2023a) 1995-2020 döneminde seçilmiş 4 Asya ülkesi uyarınca Panel ARLD (PMG tahmincisi) kullanarak M2 para arzı ve Gini katsayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki, reel faiz oranı ve Gini katsayısı arasında negatif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Khan ve Khan (2023b), 1990-2020 döneminde seçilmiş 10 Afrika ve Asya ülkesi için Panel ARLD (pmg tahmincisi) ve FMOLS yöntemlerini kullanarak geniş tanımlı para arzı ve Gini katsayısı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Tablo 1. Para Politikası ve Gelir Dağılımı Eşitsizliği Literatür Taraması

Yazar(lar)	Kapsam	Metod	Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler	Analiz Sonucu
Ersoy vd. (2008)	1999- 2008 Avrupa Parasal Birliği	Panel Zaman Serisi Analizi	Açık Piyasa İşlemleri, Faiz Oranı	Daraltıcı para politikaları gelir eşitsizliğini artırmaktadır.
Züllig (2015)	1990-2010 Rassal 22 Ülke	Panel Zaman Serisi Analizi (Panel VAR Model)	Gini Katsayısı; Parasal Büyüklükler,Uluslararası Rezervler, Kısa ve Uzun Vadeli Faiz Oranı	Genişletici para politikasının borsa değerini kısa dönemde artırdığını ve eşitsizlikte bir artışa neden olduğunu tespit edilmiştir.
Davtyan (2016)	1983-2012 ABD	Zaman Serisi (VAR Model)	Gini Katsayısı; GSYH Deflatörü, Federal Fonlama Faiz Oranı	Daraltıcı bir para politikasının gelir dağılımı eşitsizliğini yani Gini katsayısını %0,4 azalttığı bulunmuştur.
Coibion vd. (2016)	1980-2008 ABD	Zaman Serisi (VAR Model)	Gini Katsayısı; Yüzdelik Gelir Dilimleri, Gecelik Faiz Oranı, M1 Para Arzı	Daraltıcı bir para politikası 1 veya 2 senede gelir eşitsizliğini artırmakta, ayrıca faiz oranlarındaki artış yine gelir eşitsizliğini artırmaktadır yani gelir dağılımını bozmaktadır.
Broer vd. (2017)	2000-Almanya	Zaman Serisi	Gini Katsayısı; Politika Faiz Oranı	Bir birimlik para politikasında bir baz puanlık düşünün iki sene boyunca gelir eşitsizliğini düşüreceği tespit edilmiştir.
Furceri vd. (2018)	1990-2013 32 Gelişmiş Ülke, Yükselen Piyasa Ekonomileri	Panel Zaman Serisi	Gini Katsayısı; Politika Faiz Oranı	Politika faizinde uygulanan 100 baz puanlık beklenmedik bir artış, gelir dağılımı eşitsizliğini kısa vadede (1 yıl) yaklaşık olarak %1, orta vadede (5 yıl) %2 artırmaktadır.
Guerello (2018)	2001-2015 Euro bölgesi	Panel Zaman Serisi (VAR Model)	Theil Endeksi; Niceliksel Genişleme, Kısa Vadeli Faiz Oranı, Uzun Vadeli Faiz Oranı	Faiz oranları ve geleneksel olamayan para politikalarından olan Avrupa Merkez Bankası satın alınan varlık miktarındaki büyüme gelir eşitsizliğini artırmaktadır.
Hohberger vd. (2018)	1997-2017 Euro Bölgesi	Dinamik Stokastik Denge Modeli	Kısa Vadeli Faiz Oranı, Enflasyon Oranı, Niceliksel Genişleme, Farklı Hanehalkı Gelirleri	Niceliksel genişleme şoklarının kısa dönemde geliri, orta dönemde ise hem gelir ve servet eşitsizliğini azaltma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.

Yazar(lar)	Kapsam	Metod	Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler	Analiz Sonucu
Taghizadeh vd. (2018)	2002Q1-2017Q3 dönemi için Japonya	VECM (Etki Tepki Analizi)	Gini Katsayısı; Kamu Vergi Gelirleri, Reel GSYH, Kısa Vadeli Faiz Oranları M1 Para Arzı	Para arzı artarsa eşitsizlik artmaktadır.
Yousaf vd. (2018)	1986- 2017 10 Güney Asya Ülkesi	Panel Veri Analizi	Gini Katsayısı; Geniş Para Arzı, Yıllık Büyüme Oranı, Reel Faiz Oranı	Reel faiz oranlarındaki artış Hindistan, Endonezya, Filipinler ve Malezya için gelir eşitsizliğini artırmaktadır.
Lenza ve Slacalek (2019)	1999- 2016 Euro Bölgesi	Zaman Serisi Analizi (VAR Model)	Menkul Kıymetler Borsa Değeri, Konut Fiyatları, Kısa ve Uzun Vadeli Faiz Oranı	Para politikalarının işsizlik ve istihdam kanalı üzerinden gelirler artıcı etkisinin gelir eşitsizliğini azaltacağı bulunmuştur.
Goodness vd. (2019)	1980-2008 ABD	Zaman Serisi Analizi (VAR Model)	Gini Katsayısı; Yüzdelik Gelir Dilimleri	100 baz puanlık daraltıcı bir para politikasının düşük ekonomik belirsizlik ortamında toplumun en üst ve en alt gelir grupları arasında %0,4; yüksek belirsizlik ortamında ise %0,2 eşitsizlik artışına yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır.
Bozik (2019a)	2003-2013 döneminde gelişmekte olan 5 ülke	AR (1) kalınlı tesadüfi etkiler GEKK	Gini Katsayısı; Beşeri Sermaye, Sabit Fiyatlarla Kişi Başına Yatırım, Reel Faiz Oranları	Reel faiz oranları ve Gini katsayısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
Bozik (2019b)	2005-2015 döneminde gelişmiş 10 ülke	Discroll-Kraay	Gini Katsayısı; Reel Faiz Oranları, Beşeri Sermaye, Sabit Fiyatlarla Kişi Başına Yatırım .	Reel faiz oranı artarsa gelir dağılımı bozulur.
Creel ve Herradi (2019)	2000- 2015 10 Euro Bölgesi Ülkesi	Panel Zaman Serisi Analizi (Panel VAR Model)	Kısa Vadeli Nominal Faiz Oranı, Gölge Faiz Oranı, Brüt Gini Katsayısı, Net Gini Katsayısı	Nominal faiz oranlarındaki 100 baz puanlık artış Gini katsayısını 3 yıllık bir dönem uyarınca 0,1 artırmaktadır.
Husain vd. (2020)	1984-2018 dönemi için Endonezya	FMOLS ve DOLS	Gini Katsayısı; Kişi Başına Milli Gelir, Reel Faiz Oranları, Toplam Nüfus, Reel Faiz Oranlarının Karesi	Reel faiz oranı ve Gini katsayısı arasında negatif, reel faiz oranının karesi ve Gini katsayısı arasında pozitif bir ilişki mevcuttur.
Aman, Ahmad ve Saleem (2021)	2001-2019 dönemi için 36 Asya ülkesi	Tesadüfi etkiler tahmincisi	Gini Katsayısı; Ekonomik Büyüme, Doğrudan Yabancı Yatırımlar, İhracat, Reel Faiz Oranları	Reel faiz oranı ve Gini katsayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur.
Villanthenkodath ve Mahalik (2022)	1978-2019 dönemi için Hindistan	ARDL sınır testi yaklaşımı	Gini Katsayısı; Reel Faiz Oranı, Reel Faiz Oranının Karesi, Ekonomik Büyüme, Ticari Açıklık, Teknolojik Değişim	Reel faiz oranı ve Gini katsayısı arasında negatif yönlü bir ilişki, reel faiz oranının karesi ve Gini katsayısı arasında pozitif bir ilişki vardır.
Khan ve Khan (2023a)	1995-2020 dönemi için seçilmiş 4 Asya ülkesi	Panel ARDL (PMG tahmincisi)	Gini Katsayısı; M2 Para Arzı, Reel Kişi Başına Milli Gelir, Enflasyon Oranı, Reel Efektif Döviz Kuru Endeksi Reel Faiz Oranı, Kamu Harcamaları, Vergi Gelirleri, İşçi Döviz Gelirleri, Finansal Gelişmişlik Endeksi	M2 para arzı ve Gini katsayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki, reel faiz oranı ve Gini katsayısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.
Khan ve Khan (2023b)	1990-2020 dönemi için seçilmiş 10 Afrika ve Asya ülkesi	Panel ARDL (pmg tahmincisi) ve FMOLS.	Gini Katsayısı; Geniş Para Arzı, Enflasyon, Kişi Başına Milli Gelir, Ticari Açıklık, Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Şehir Nüfusu	Geniş tanımlı para arzı ve Gini katsayısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

5. KONUYA İLİŞKİN AMPİRİK MODEL, YÖNTEM VE BULGULAR

Bu bölümde para politikası araçlarından politika faizi ile geniş para arzının gelir dağılımı açısından önemli bir faktör olup olmadığının belirlenmesi amacıyla araştırma çerçevesince kurulan ampirik modele ve çalışmanın

yöntemine ilişkin bilgiler alt başlıklar halinde açıklanacak, akabinde analiz sonuçlarına ilişkin bulgular paylaşılarak değerlendirilecektir.

5.1. Veri Seti ve Model

1994-2017 dönemi için Kırılgan Beşli olarak nitelendirilen ülkelerde (Brezilya, Hindistan, Endonezya, Güney Afrika ve Türkiye) para politikası araçlarından politika faizi ile geniş para arzının gelir dağılımı üzerinde belirleyici olup olmadıklarının, panel veri analizi kapsamında nedensellik testi vasıtasıyla incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada analiz kapsamında kullanılacak değişkenlere ilişkin detaylı bilgiler aşağıdaki Tablo 2’de görülmektedir.²

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Detaylı Bilgiler

Değişkenlerin Sınıflandırılması	Değişkenin Notasyonu	Değişkenin Temsil Ettiği Faktör	Değişkenin Kaynağı
Gelir dağılımına ilişkin değişken	y	Gini katsayısı (SWIID Version 9.6’dan elde edilen Gini_dips verileri)	Solt (2020)
Para politikasına ilişkin değişkenler	x1	Politika faizi	BIS (Bank for International Settlements) ve IMF (International Monetary Found).
	x2	Geniş para arzı (GSYH’ya oranı)	WB (World Bank).

Analiz kapsamında kullanılacak değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ise Tablo 3 vasıtasıyla aktarılabilir.

Tablo 3. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İstatistikler →	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum	Gözlem Sayısı
Değişkenler ↓					
y	48,411	7,694	39,500	63,400	120
x1	17,397	23,718	4,250	183,200	120
x2	54,880	15,130	28,132	93,821	120

Çalışmanın amacı doğrultusunda kurulan modeller aşağıdaki Tablo 4’te görülmektedir.

Tablo 4. Araştırma Kapsamında Kurulan Modeller

İlişki	Denklemsel Gösterim	Model Numarası
$x1 \rightarrow y$	$y_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 x1_{it} + U_{it}$	(1)
$y \rightarrow x1$	$x1_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 y_{it} + U_{it}$	(2)
$x2 \rightarrow y$	$y_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 x2_{it} + U_{it}$	(3)
$y \rightarrow x2$	$x2_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 y_{it} + U_{it}$	(4)
$x1 \rightarrow x2$	$x1_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 x2_{it} + U_{it}$	(5)
$x2 \rightarrow x1$	$x2_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 x1_{it} + U_{it}$	(6)

Çalışma kapsamında üç değişken arasındaki nedensellik ilişkilerinin araştırılması amaçlandığından toplamda altı model kurulmuştur. Tablo 3’ün ilişki sütunu nasıl bir nedensellik ilişkisinin araştırıldığını göstermektedir. Buna göre örneğin model (1), politika faizini temsilen kullanılan x1’den gelir dağılımını temsilen kullanılan y’ye doğru bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığını test etmek amacıyla kurulan modeldir.

Çalışma kapsamında analize dahil edilen değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin varlığı Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi ile incelenecektir. Bu panel nedensellik testi yatay kesit bağımlılığın varlığı

² Gelir dağılımı eşitsizliği verisi olarak SWIID Versiyon üzerinden ele alınan veriler kullanılmıştır, bunun ilk sebebi bu verilerin uluslararası yazında daha sık kullanılmaya başlanan veriler olmasıdır. Ayrıca, verilerin süreklilik konusunda daha avantajlı olması ikinci tercih sebebinin oluşturmaktadır. Bunun yanında Güney Afrika için verinin 2017 yılında sonlanması çalışmada 1994-2017 yılları arasında analiz yapılmasının gerekçesini oluşturmaktadır.

ya da yokluğu durumunda hem de eğim katsayısı homojenliği ya da heterojenliği durumunda uygulanabilmektedir (Erataş Sönmez ve Sağlam, 2019, s. 101). Bu testin uygulanabilmesi için gerekli tek koşul, aralarında nedensellik ilişkisinin olup olmadığı sorgulanan-incelenen değişkenlerin aynı seviyede durağan olmalarıdır (Dumitrescu ve Hurlin, 2012, s. 1452).

Dumitrescu ve Hurlin (2012) nedensellik testine ilişkin tüm bu bilgiler veriyken, çalışmanın yöntemi şu şekilde açıklanabilir: (i) ilk olarak modeller bazında yatay kesit bağımlılığın olup olmadığı incelenecektir. (ii) bunu takiben eğim katsayılarının homojen mi yoksa heterojen mi oldukları belirlenecektir. (iii) ardından değişkenlerin durağanlık durumlarının incelenmesi amacıyla birim kök testi uygulanacaktır. (iv) birim kök testini takiben incelenecek model açısından optimal gecikme uzunluğu belirlenecek ve (v) nihai olarak test uygulanarak değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi incelenecektir.

5.2. Uygulama ve Bulgular

Yatay kesit bağımlılığı; paneli oluşturan yatay kesit birimler arasındaki eşanlı kolerasyondur (Moscone ve Tosetti, 2009, s. 528). Daha açık bir ifade ile paneli oluşturan yatay kesit birimlerden herhangi birinde ortaya çıkan bir şokun diğer yatay kesit birimleri de etkilemesi şeklinde ifade edilebilir. Bu çalışmada model bazında yatay kesit bağımlılığı araştırılırken Breusch ve Pagan (1980) LM test ile Pesaran vd. (2008) sapması düzeltilmiş LM testinden faydalanılmıştır.

Breusch ve Pagan (1980) LM test istatistiği:

$$LM = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}^2 \quad (1)$$

formülü ile hesaplanırken, Pesaran vd. (2008) sapması düzeltilmiş LM test istatistiği ise

$$LM_{adj} = \sqrt{\frac{2}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \frac{(T-K)\hat{\rho}_{ij}^2 - \mu_{Tij}}{V_{Tij}} \quad (2)$$

formülü vasıtasıyla hesaplanmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2020, s. 245). Her iki test için de boş hipotez “H0=yatay kesit bağımlılığı yoktur” şeklindedir. Model bazında yatay kesit bağımlılığa ilişkin sonuçlar aşağıda Tablo.5’de görülmektedir.

Tablo 5. Model Bazında Yatay Kesit Bağımlılığı Testi Sonuçları

İlişki	Model Numarası	BP (1980) LM Test		PUY (2008) Sapması Düzeltilmiş LM Test	
		İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
x1 → y	(1)	27,98	0,0018	10,57	0,0000
y → x1	(2)	8,608	0,5697	-1,222	0,2218
x2 → y	(3)	55,82	0,0000	27,02	0,0000
y → x2	(4)	24,43	0,0065	8,271	0,0000
x2 → x1	(5)	9,556	0,4803	-0,7361	0,4617
x1 → x2	(6)	37,2	0,0001	16,14	0,0000

Tablo 5’ten hareketle 1, 3, 4 ve 6 numaralı modeller için yatay kesit bağımlılığın olmadığına ilişkin boş hipotez reddedilebilirken, 2 ve 5 numaralı modeller için bahse konu bu boş hipotez reddedilememektedir. Dolayısıyla 1, 3, 4 ve 6 numaralı modeller için yatay kesit bağımlılığın olduğu sonucuna ulaşılırken 2 ve 5 numaralı modeller içinse yatay kesit bağımlılığın olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Paneli oluşturan yatay kesit birimler (Brezilya, Hindistan, Endonezya, Güney Afrika ve Türkiye) her ne kadar Kırılgan Beşli Ülkeleri olarak nitelendirilseler de özünde çeşitli farklılıklara sahip ülkelerdir. Bu farklılıkların yani birim etkilerin olmaması-göz ardı edilmesi durumunda analiz tahmininden elde edilen bulgular tüm yatay kesit birimleri genelleyecek şekilde yorumlanabilir. Ancak bu farklılıkların-birim etkilerin dikkate alınması durumunda ise bulguların yorumlanmasında böyle bir genelleme yapılamamakta, diğer bir ifadeyle her bir yatay kesit birim açısından bulgular farklılaşmaktadır. Bu çalışmada analiz tahmininden elde edilecek bulguların paneli oluşturan

yatay kesit birimler açısından farklılaşıp farklılaşmadığı Pesaran ve Yamagata (2008) eğim katsayısı homojenliği testi vasıtasıyla incelenecektir.

Delta ve düzeltilmiş delta olmak üzere iki test istatistiğinin türetildiği Pesaran ve Yamagata (2008) eğim katsayısı homojenliği testinde Delta test istatistiği:

$$\text{Delta } (\tilde{\Delta}) = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - 1}{\sqrt{2}} \right) \quad (3)$$

formülü vasıtasıyla elde edilirken, düzeltilmiş Delta test istatistiği ise:

$$\text{Delta } (\tilde{\Delta}_{adj}) = \sqrt{\frac{N(T+1)}{T-k-1}} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - k}{\sqrt{2k}} \right) \quad (4)$$

formülü vasıtasıyla elde edilmektedir. Her iki test içinde boş hipotez: “H0= eğim katsayıları homojendir” şeklinde kurulmaktadır (Pesaran ve Yamagata, 2008, s. 62). Modellere ilişkin eğim katsayısı homojenliği testi sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 6. Eğim Katsayısı Homojenliği Testi Sonuçları

İlişki	Model Numarası	Delta ($\tilde{\Delta}$)		Düzeltilmiş Delta ($\tilde{\Delta}_{adj}$)	
		İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
x1 → y	(1)	11,149	0,000	11,919	0,000
y → x1	(2)	14,150	0,000	15,127	0,000
x2 → y	(3)	17,861	0,000	19,094	0,000
y → x2	(4)	16,836	0,000	17,998	0,000
x2 → x1	(5)	7,590	0,000	8,114	0,000
x1 → x2	(6)	14,436	0,000	15,433	0,000

Tablo 5’ten hareketle çalışma kapsamında kurulan her bir model açısından da eğim katsayılarının homojen olduğuna yönelik olarak kurulan boş hipotez reddedilmekte ve katsayıların heterojen olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testinin uygulanabilmesi açısından tek koşul olarak değişkenlerin aynı seviyede durağan olmaları gerektiğini ifade etmişlerdir. Çalışmada değişkenlere ilişkin durağanlık analizi, yatay kesit bağımlılığı dikkate alan ikinci nesil birim kök testlerinden Pesaran (2007) CIPS test aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Bu teste ilişkin test istatistiği:

$$CIPS = N^{-1} \sum_{i=1}^N CADF_i \quad (5)$$

formülü vasıtasıyla türetilmektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2020, s. 86). Bu test için boş hipotez: “H0=seri biri kök içerir” şeklinde yani diğer bir ifade ile “seri durağan değildir” şeklinde kurulmaktadır. Değişkenlere ilişkin Pesaran (2007) CIPS panel birim kök testi sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 7. CIPS Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	CIPS test, sabitli		CIPS test, sabitli ve trendli	
	Hesaplanan CIPS İstatistiği	%5’teki kritik CIPS değeri	Hesaplanan CIPS İstatistiği	%5’teki kritik CIPS değeri
y	0,325	-2,33	0,110	-2,86
x1	-3,261	-2,33	-3,342	-2,86
x2	-1,805	-2,33	-2,093	-2,86
Δy	-1,334	-2,33	-1,824	-2,86
ΔΔy	-4,706	-2,33	-4,926	-2,86
Δx2	-3,970	-2,33	-4,109	-2,86

Pesaran (2007) CIPS testi için serilerin durağan olup olmadıklarına karar verilirken hesaplanan CIPS test istatistiğinin mutlak değer şeklinde kritik CIPS test istatistiğinden büyük olup olmadığına bakılarak karar verilmektedir. Eğer hesaplanan CIPS test istatistiği mutlak değer şeklinde kritik CIPS test istatistiğinden büyükse boş hipotez reddedilerek serinin durağan olduğu, tersi durumda ise serinin durağan olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2020, s. 88). CIPS testi sonucundan hareketle kalın puntolarla belirlenen y ve x2 değişkenlerinin seviye değerlerinde durağan olmadıkları görülmüştür. Bu değişkenlerden x2 birinci farkında durağanlaşırken, y ise ikinci farkında durağanlaşmaktadır.

Aşağıda Tablo.8’de her bir model için MBIC, MAIC ve MQIC bilgi kriterlerince önerilen optimal gecikme uzunluğu görülmektedir.

Tablo 8. Optimal Gecikme Uzunluğunun Tespiti

İlişki	Model Numarası	MBIC		MAIC		MQIC	
		İstatistik	Önerilen Gecikme	İstatistik	Önerilen Gecikme	İstatistik	Önerilen Gecikme
$x1 \rightarrow y$	(1)	-57,692	1	-21,716	1	-36,006	1
$y \rightarrow x1$	(2)	-57,692	1	-21,716	1	-36,006	1
$x2 \rightarrow y$	(3)	-49,039	1	-13,063	1	-27,353	1
$y \rightarrow x2$	(4)	-49,039	1	-13,063	1	-27,353	1
$x2 \rightarrow x1$	(5)	-51,608	1	-15,632	1	-29,922	1
$x1 \rightarrow x2$	(6)	-51,608	1	-15,632	1	-29,922	1

Açıklama: A ve B olmak üzere iki değişken arasında nedensellik ilişkisinin varlığı araştırılırken a’dan b’ye ve b’den a’ya olmak üzere iki farklı model kurulmaktadır. Ancak bu modeller için optimal gecikme uzunluğu belirlenirken bilgi kriterlerince türetilen test istatistikleri farklılaşmamakta diğer bir ifade ile bir modelde önerilen optimal gecikme ne ise diğer modelde de aynı gecikme uzunluğu optimal gecikme olarak önerilmektedir. Dolayısıyla bu tabloda model 1 ve 2, 3 ve 4, 5 ve 6 açısından bilgi kriterlerince türetilen istatistik aynıdır.

Üç bilgi kriteri tarafından her bir model için önerilen optimal gecikme uzunluğunun bir gecikme olduğu görülmektedir. Kurulan modeller açısından önsel testler sonucunda elde edilen bulgular her bir model açısından incelendiği ve toplulaştırıldığında Tablo. 9 elde edilmektedir.

Tablo 9. Analiz Öncesi Gerçekleştirilen Önsel Testlere İlişkin Toplulaştırılmış Sonuçlar

Model Numarası	Yatay Kesit Bağımlılığı	Eğim Katsayısı Heterojenliği	Optimal Gecikme Uzunluğu
(1)	+	+	1
(2)	-	+	1
(3)	+	+	1
(4)	+	+	1
(5)	-	+	1
(6)	+	+	1

Açıklama: Tabloda kullanılan sembollerden “+” varlığı, “-” ise yokluğu temsil etmektedir.

Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testinde W-bar, Z-bar ve Z-bar tilde olmak üzere üç farklı test istatistiği üretilmektedir. Bu testin boş hipotezi homojen nedenselliğin yokluğu, daha açık bir ifade ile paneli oluşturan tüm yatay kesit birimler açısından değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisinin olmadığı şeklindedir. Aksine alternatif hipotez ise paneli oluşturan yatay kesit birimlerin en az birinde en fazla n-1’inde değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin olduğu şeklindedir. Türetilen istatistiklerden W-bar panel geneli için homojen nedenselliğin yokluğu (HNC) hipotezi ile ilişkili ortalama istatistik ve her bir yatay kesit birim için elde edilen bireysel Wald istatistiklerinin ortalamasının alınması suretiyle oluşturulmaktadır (Dumitrescu ve Hurlin, 2012). Z-bar ve Z-bar tilde istatistikleri ise boş hipotezin yorumlanması amacıyla kullanılan istatistiklerdir. Z-bar tilde istatistiğinin, her iki test istatistiğinin (Z-bar ve Z-bar tilde) farklılaşması durumunda daha güçlü sonuçlar verdiği bilinmektedir (Eren, 2020, s. 287).

Aşağıdaki tabloda analiz kapsamında kurulan modellere ilişkin Dumitrescu ve Hurlin (2012) nedensellik testi sonuçları görülmektedir.

Tablo 10. Dumitrescu ve Hurlin (2012) Nedensellik Testi Sonuçları

Model Numarası	W-bar	Z-bar		Z-bar tilde		Nedensellik İlişkisi
		İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	
(1)	0,785	-0,340	0,767	-0,434	0,672	H0 reddedilemez.
(2)	3,272	3,593	0,0003	2,739	0,0062	H0 reddedilir.
(3)	0,904	-0,152	0,904	-0,282	0,792	H0 reddedilemez.
(4)	1,353	0,558	0,610	0,291	0,789	H0 reddedilemez.
(5)	3,499	3,951	0,0001	3,075	0,0021	H0 reddedilir.
(6)	1,714	1,130	0,244	0,771	0,406	H0 reddedilemez.

Açıklama: Testin uygulanabilmesi için gerekli tek koşulun (değişkenlerin aynı seviyede durağan olması) sağlanabilmesi amacıyla 1, 2, 3 ve 4 numaralı modeller değişkenlerin ikinci farkında, 5 ve 6 numaralı modeller ise değişkenlerin birinci farkında olacak şekilde ve tüm modeller açısından optimal gecikmenin bir gecikme olduğu şekilde nedensellik testi uygulanmıştır. İlave olarak yatay kesit bağımlılığın olduğu 1, 3, 4 ve 6 numaralı modeller için bootstrap opsiyonu kullanılarak 1000 tekrarda elde edilmiştir. Lopez ve Weber (2017, s. 76) bootstrap opsiyonunun yatay kesit bağımlılığı altında faydalı olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 9'dan hareketle 1, 3, 4 ve 6 numaralı modeller için değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin olmadığına dair kurulan boş hipotez reddedilemezken, 2 ve 5 numaralı modeller için reddedilebilmektedir. 2 numaralı model gelir dağılımını temsilen kullanılan Gini katsayısından (yani y'den) politika faizine (yani x1'e) doğru nedensellik ilişkisinin sınıandığı modelken, 5 numaralı model ise geniş para arzından politika faizine doğru olmak nedensellik ilişkisinin sınıandığı modeldir. Buna göre bahse konu modeller açısından paneli oluşturan yatay kesit birimlerin en az birinde en fazla dördünde nedensellik ilişkisinin olduğu bulgulanmıştır.

Tablo 11'de bulgularan nedensellik ilişkilerinin hangi ülkeler açısından geçerli olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Yatay Kesit Birimler Bazında Nedensellik Testi Sonuçları

Model Numarası	Brezilya		Hindistan		Endonezya		Güney Afrika		Türkiye	
	Wi	Pvi	Wi	Pvi	Wi	Pvi	Wi	Pvi	Wi	Pvi
(2)	4,920	0,040	0,599	0,449	2,735	0,116	3,307	0,086	4,801	0,042
(5)	10,419	0,004	1,021	0,325	0,406	0,532	3,133	0,093	2,515	0,129

Açıklama: Tablodaki "Wi" bireysel Wald istatistiklerini temsil ederken, "Pvi" ise olasılık değerlerini temsil etmektedir.

Tablo 11'den hareketle 2 numaralı model (y'den x1'e doğru nedensellik ilişkisinin sınıandığı model) açısından bulgularan nedensellik ilişkisinin Brezilya, Güney Afrika ve Türkiye açısından geçerli olduğu belirtilebilir. Buna göre analiz kapsamında incelenen dönemde Brezilya, Güney Afrika ve Türkiye açısından Gini katsayısından politika faizine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi mevcuttur. Analiz sonuçları yatay kesit birimler açısından 5 numaralı model için incelendiğinde ise Brezilya ve Güney Afrika'da geniş para arzından politika faizine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

6. SONUÇ

Çalışmada genel olarak göz ardı edilen para politikası ve gelir dağılım eşitsizliği arasındaki ilişki son dönemde özellikle yapısal kırılmalıkların benzer olması sebebiyle aynı kategorizasyonda değerlendirilen Kırılmalı Beşli Ülkelerinde incelenmiştir. Nihayetinde çalışmanın sonucu olarak gelir dağılımı eşitsizliği ve para politikası arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edilmektedir. Ele alınan Kırılmalı Beşli ülkelerinden Brezilya, Güney Afrika ve Türkiye'de Gini katsayısından politika faizine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi Brezilya ve Güney Afrika'da geniş para arzından politika faizine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Brezilya'da politika faizi ve ekonomik aktivite arasındaki güçlü bağlantı, Güney Afrika'da gelir eşitsizliğinin finansal erişimi sınırlaması ve Türkiye'de faiz oranları ile yoksulluk arasındaki ilişkinin bu sonucu ortaya çıkarmış olabileceği düşünülmektedir. Gelir dağılımındaki bozulmalar politik faiz üzerinde doğrudan değil, makroekonomik koşulları ve toplumsal talepleri değiştirerek dolaylı yoldan etkili olabilir. Bu nedenle, "gelir dağılımı politika faizini etkiler" demek mümkündür ama bu etki genellikle dolaylı, zamansal olarak gecikmelidir. Kumhof ve Rancière (2010) tarafından geliştirilen teorik model, uzun süreli gelir eşitsizliğinin, düşük gelirli hanelerin borçlanma yoluyla tüketimlerini sürdürmelerine neden olduğunu göstermektedir. Bu durum, hane halkı borçlarının artmasına ve finansal kırılmalığın yükselmesine yol açar. Sonuç olarak, merkez bankaları, finansal istikrarı korumak amacıyla faiz oranlarını ayarlamak zorunda kalabilirler. Gelir dağılımındaki bozulmalar, merkez bankalarının politika faizini doğrudan etkilemez. Ancak, bu bozulmalar, borçlanma

dinamikleri, finansal istikrar ve toplumsal baskılar aracılığıyla faiz politikalarını dolaylı olarak etkileyebilir. Bu nedenle, gelir eşitsizliğinin artması, merkez bankalarının faiz kararlarını şekillendiren önemli bir faktör olabilir.

Para politikasının gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi gelir kompozisyon kanalı, kazanç heterojenliği kanalı, finansal bölümler kanalı, portföy kanalı ve tasarruf yeniden dağıtım kanalı yolu ile ortaya çıkmaktadır. Teorik ve ampirik çıkarımlar bu iki değişken arasında bir ilişki olduğunu ortaya koyarken bu ilişkinin yönünü göstermemektedir. Gelir eşitsizliği ve para politikası uygulamaları arasındaki ilişki çeşitli ampirik çalışmalarca kanıtlanmıştır (Ersoy vd., 2008; Züllig, 2015; Davtyan, 2016; Coibion vd. 2016; Broer vd., 2017; Furceri vd., 2018; Guerello, 2018; Hohberger vd., 2018; Lenza ve Slacalek, 2019; Ghouse ve Rehman, 2018; Herradi, 2019; Goodness vd., 2019). Bununla beraber genişletici ya da daraltıcı para politikaları ile gelir eşitsizliğini ne yönde etkileyeceğine dair kesin sonuçlar yoktur. Kesin sonuçlar olmamasının nedenleri arasında uygulanan politikaların kompozisyonu, finansal piyasaların gelişmişliği ve gelir gruplarının varlık çeşitlendirmeleri gelmektedir. Genel olarak, genişletici para politikası kısa vadede eşitsizliği azaltabilir (işsizlik etkisi), uzun vadede ise servet artışı ve varlık fiyatları üzerinden eşitsizliği artırma potansiyeline sahip olabilir. Ayrıca aktarım mekanizması yani faiz oranları aracılığı ile ve enflasyonist beklentilerin nasıl şekillendiğine göre de ortaya çıkan sonuçlar değişebilir. Bu savı doğrular nitelikte olan Tunalı ve Yalçinkaya (2016) ortaya çıkan süreci şu şekilde özetlemektedirler. Politika faiz oranı, beklentiler ve faiz oranlarının geçiş etkisini etkilemektedir. Faiz oranlarının geçiş etkisi ise uzun vadeli faiz oranları üzerinden servet, kredi ve döviz kanalları etkiler. Kredi ve servet kanalı yolu ile etkilenen çıktı miktarı beklentilerle beraber enflasyonu şekillendirecektir. Beklentiler ve kısa vadeli faiz oranları arasındaki aktarım sürecinde ortaya çıkan bir aksaklığın aktarım mekanizmasının etkinliğini kaybedeceği ifade edilebilir. Bu belirsizlik birçok sebebe bağlı olabilir: İlk olarak uygulanan para politikalarının geleneksel ya da modern para politikaları olup olmaması ve para politikaları için kullanılan politika araçları çok önemlidir. Niceliksel genişleme ya da niceliksel daralmaya yönelik para politikaları uygulanırken, açık piyasa işlemleri, kısa ve uzun vadeli faizler, M1 ya da M2 para arzı, nominal ya da reel faizler, politika faiz oranı gibi farklı para politikası araçları kullanılabilir. Bu araçların hangisinin kullanılacağı, para politikası ve gelir eşitsizliği kanallarından hangisinin aktif çalışacağını etkileyecektir. Ayrıca ülkelerin kendi yapısal farklılıkları da uygulanan politikaların farklı sonuçlar doğurmasına neden olacaktır. Çalışmanın kapsamı içerisinde olmayan ve “ceteris paribus” kabul edilen birçok başka değişkenin elbette gelir eşitsizliğini etkilediğini söylenebilir; fakat bu etkileri ayırtmak çok da kolay değildir. Örneğin gelir dağılımını etkileyen faktörler arasında emeğin dağılımı, cinsiyet yapısı, yaş yapısı, eğitim düzeyi, servetin dağılımı, faktör fiyatları, enflasyon, kayıt dışı ekonomi, maliye politikası dahilinde uygulanan dolaylı ve dolaysız vergiler yer almaktadır (Şerbetçi, 2015). Ayrıca enflasyon ve beklentiler yine gelir eşitsizliğini etkileyen önemli değişkenlerdir. Yıl içerisinde enflasyonun beklenenden yüksek çıkması satın alma gücünü eriteceğinden gelir dağılımı daha da bozulacaktır, ya da beklenen enflasyonda ortaya çıkan bir yanlış faiz oranlarının olması gerekenden daha yüksek ya da daha düşük kalmasına sebep olacaktır. Eğer faiz oranları beklenen enflasyonun üzerinde kalırsa bu süreç tasarruf sahiplerine kayan bir gelir transferi anlamına gelmektedir (Dilber ve Hatipoğlu, 2022, s.343) ya da yüksek faizler borçlanma maliyetlerini de yükselmek suretiyle yatırımlarda bir azalmaya yol açarsa artan işsizlik, gelir kaybı üzerinden gelir eşitsizliğine yol açabilir. Ayrıca mevduat faizlerinin enflasyonla karşılaştırılmalı olarak pozitif ya da negatif olması faiz üzerinden kur seviyesini etkileyecektir. Pozitif mevduat faizi verilen bir ortamda kur seviyesinin ülke para birimi lehine değer kaybetmesi ürün fiyatları üzerinden enflasyonu etkileyecektir.

Para politikası, Kırılgan Beşli ülkelerinin makroekonomik kırılganlıklarını etkileyen önemli bir faktördür. Özellikle FED'in 2013'te başlattığı parasal sıkılaştırma süreci, bu ülkelerde finansal istikrarsızlık risklerini artırmıştır (Artekin ve Soydal, 2017). Ele alınan ülkelerin özellikleri uyarınca bir politika önerisi olarak gelir eşitsizliğinin azaltılması ve para politikasının etkinliğinin artırılması için bazı hususlara öncelik verilebilir. Bunlardan ilki eğitim ve insan sermayesi yatırımlarıdır. Gelir eşitsizliğini azaltmak ve ekonomik büyümeyi desteklemek için eğitim ve sağlık gibi insan sermayesi yatırımlarına öncelik verilmelidir. İkinci önemli stratejinin para politikası koordinasyonu bağlamında olması gerekmektedir. Uluslararası para politikalarının etkilerini minimize etmek için esnek döviz kuru rejimleri ve makro ihtiyati politikalar güçlendirilmelidir. Ayrıca gelir eşitsizliğini azaltmak için sosyal güvenlik ağırları güçlendirilmesi ve hedeflenmiş sosyal transferlerin devreye girmesi ek tavsiyeler olarak verilebilir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Akgül, O. (2018). *Türkiye’de asgari ücret sisteminin uluslararası standartlar açısından değerlendirilmesi*. İstanbul Harf Yayınları.
- Aman, A., Ahmad, U. ve Saleem, S. M. (2021). Investigating the link between macroeconomic factors and income inequality of Asian countries. *iRASD Journal of Economics*, 3(3), 376–388.
- Amaral, P. (2017). *Monetary policy and inequality* (Economic Commentary No. 2017-01). Federal Reserve Bank of Cleveland.
- Aoki, K., Proudman, J. ve Vlieghe, G. (2002). Houses as collateral: Has the link between house prices and consumption in the U.K. changed?. *Economic Policy Review*, 8(1), 163–177.
- Artekin, A. Ö. ve Soydal, H. (2017). 2001-2015 döneminde uygulanan para politikalarının “Kırılgan Beşli” ülkeleri üzerindeki etkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17(33), 175–187.
- Ayako, S. ve Frost, J. (2014). *How does unconventional monetary policy affect inequality? Evidence from Japan* (Working Paper No. 423). De Nederlandsche Bank.
- Bayrakdar, S. (2024). *Makroekonomik verilerin yorumlanması: Türkiye ekonomisinin analizi* (3. Baskı). Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.
- Bozik, M. S. (2019). Reel faiz oranı ve gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi – Journal of Economic Policy Researches*, 6(2), 107–120.
- Breusch, T. S. ve Pagan, A. R. (1980). The Lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239–253.
- Broer, T., Kramer, J. ve Mitman, K. (2022). *The curious incidence of monetary policy across the income distribution* (Working Paper Series No. 416). Sveriges Riksbank.
- Brown, C. (1999). Minimum wages, employment, and the distribution of income. O. Ashenfelter ve D. Card (Ed.), *Handbook of Labor Economics* (Vol. III, Chapter 32) içinde (s. 2153). Elsevier.
- Bükey, A. M. ve Çetin, B. I. (2017). Türkiye’de gelir dağılımına etki eden faktörlerin en küçük kareler yöntemi ile analizi. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 103–117.
- Büyükdeniz, A. (1991). *Türkiye’de faiz politikaları: 1980 sonrası politika ve uygulamaların ekonomi üzerindeki etkileri*. İstanbul Bilim ve Sanat Vakfı Yayınları.
- Carpenter, S. B. ve Rodgers, W. M., III. (2004). The disparate labor market impacts of monetary policy. *Journal of Policy Analysis and Management*, 23(4), 813–830.
- Ceyhan, S. ve Peçe, M. A. (2020). Reel faizlerin gelir adaletsizliği üzerindeki etkileri: Seçilmiş OECD ülkeleri için bir panel ARDL analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(1), 35–46.
- Chadwick, G. M. (2018). *Dependence of “fragile five” and “troubled ten” emerging markets’ financial system to US monetary policy and monetary policy uncertainty* (TCMB Working Paper No. 18/17). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. <https://tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/e2bf6b43-6823-46cf-88c7-288da10bc3d1/wp1817.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-e2bf6b43-6823-46cf-88c7-288da10bc3d1-mravgtB>
- Champernowne, D. G. ve Cowell, F. A. (1998). *Economic inequality and income distribution*. University of Cambridge London School of Economics and Political Science. Cambridge University Press.

- Chiara, G. (2018). Conventional and unconventional monetary policy vs. households income distribution: An empirical analysis for the euro area. *Journal of International Money and Finance*, 85(C), 187–214.
- Cœuré, B. (2012, October 17). What can monetary policy do about inequality? International Day for the Eradication of Poverty, Intergroup “Extreme Poverty and Human Rights,” Fourth World Committee Event, European Parliament, Brussels.
- Coibion, O., Gorodnichenko, Y., Kueng, L. ve Silvia, J. (2016). *Innocent bystanders: Monetary policy and inequality in the U.S.* (NBER Working Paper No. 18170). National Bureau of Economic Research.
- Creel, J. ve El Herradi, M. (2019). *Shocking aspects of monetary policy on income inequality in the Euro area* (Working Paper No. 15). Sciences Po OFCE.
- Çetin, B. I. (2013). *İktisadi sistemler bağlamında gelir dağılımı-kredi ekonomisi ilişkisi ve Türkiye* (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Eğitim ve Araştırma Merkezi Yayınları No. 41). Ankara.
- Davtyan, K. (2016). *Income inequality and monetary policy: An analysis on the long run relation* (Working Paper). Research Institute of Applied Economics, Barcelona.
- Dilber, C. ve Hatipoğlu, M. (2022). Enflasyon ve gelir dağılımı arasındaki nedensellik ilişkisi: Gelişmekte olan OECD ülkeleri üzerine bir araştırma. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 342–347.
- Dumitrescu, E. I. ve Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450–1460.
- El Diwany, T. (2011). *Faiz sorunu* (2. Baskı). (M. Saraç, Çev.). İz Yayıncılık.
- Erataş Sönmez, F. ve Sağlam, Y. (2019). Gelişmekte olan ülkeler için finansal gelişim ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki: Panel nedensellik analizi. *Sosyoekonomi*, 27(42), 87–106.
- Ersoy, İ., Baykal, B. ve Deniz, P. (2008). Impact of monetary and fiscal policies on income inequality in European monetary union. *Marmara Journal of European Studies*, 16(1–2), 79–90.
- Furceri, D., Prakash, L. ve Zdzenicka, A. (2018). The effects of monetary policy shocks on inequality. *Journal of International Money and Finance*, 85(C).
- Goodness, C. A., Matthew, W. C. ve Gupta, R. (2019). The effectiveness of monetary and fiscal policy shocks on U.S. inequality: The role of uncertainty. *Quality ve Quantity: International Journal of Methodology*, 53(1), 283–295.
- Gornemann, N., Kuester, K. ve Nakajima, M. (2012). *Monetary policy with heterogeneous agents* (Working Paper No. 12-21). Federal Reserve Bank of Philadelphia. <https://www.philadelphiafed.org/research-and-data>
- Hohberger, S., Priftis, R. ve Vogel, L. (2018). *The distributional effects of conventional monetary policy and quantitative easing: Evidence from an estimated DSGE model* (Working Papers in Economics and Finance No. 2018/12). JRC-Joint Research Centre.
- Husain, S., Sohag, K., Hasan, R. ve Shams, S. M. R. (2020). Interest rate and income disparity: Evidence from Indonesia. *Strategic Change*, 29(6), 665–672.
- Kamacı, A. (2019). Yeni kırılğan beşli ülkelerinde gelir eşitsizliğinin ekonomik büyümeye etkileri. *Fiscaoeconomia*, 3(3), 58–71.

- Karabulut, T. (2006). Türkiye’de kişisel gelir dağılımı araştırmalarının analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9(1), 21–36.
- Khan, Z. ve Khan, M. A. (2023). The effect of monetary policy on income inequality: Empirical evidence from Asian and African developing economies. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 12(3), 133–158.
- Kumhof, M. ve Rancière, R. (2010). *Inequality, leverage, and crises* (IMF Working Paper No. 10/268). International Monetary Fund.
- Lambrecht, N. (2015). *Monetary policy and inequality* [Master's Thesis]. Universiteit Gent Repository.
- Lenza, M. ve Slacalek, J. (2019). *How does monetary policy affect income and wealth inequality? Evidence from quantitative easing in the Euro area* (Working Paper Series No. 2190). European Central Bank. <https://www.ecb.europa.eu/pub/research/working-papers/html/index.en.html>
- Lopez, L. ve Weber, S. (2017). Testing for Granger causality in panel data. *The Stata Journal*, 17(4), 972–984.
- Moscone, F. ve Tosetti, E. (2009). A review and comparison of tests of cross-section independence in panels. *Journal of Economic Surveys*, 23(3), 528–561.
- Pesaran, M. H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22(2), 265–312.
- Pesaran, M. H. ve Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics*, 142(1), 50–93.
- Pesaran, M. H., Ullah, A. ve Yamagata, T. (2008). A bias-adjusted LM test of error cross-section independence. *The Econometrics Journal*, 11(1), 105–127.
- Solt, F. (2024). Measuring income inequality across countries and over time: The standardized world income inequality database. *Social Science Quarterly*, 101(3), 183–1199.
- Şerbetçi, G. (2015). Türkiye’de uygulanan finansal politikaların gelir dağılımı üzerindeki etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 93–116.
- Taghizadeh-Hesary, F., Yoshino, N. ve Shimizu, S. (2018). *Inequality in Japan* (ADBI Working Paper Series No. 837). Asian Development Bank Institute. <https://www.adb.org/publications/inequality-japan>
- Taşcı, F. (2019). *Sabahattin Zaim ile iktisat, toplum ve siyaset*. İktisat Yayınları.
- TCMB. (2025). *Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası para politikası*. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Temel+Faaliyetler/Para+Politikasi/PPK/2025> adresinden 12 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- Trapeznikova, I. (2019). *Measuring income inequality*. IZA World of Labor, 462. <https://wol.iza.org/uploads/articles/495/pdfs/measuring-income-inequality.one-pager.pdf> adresinden 7 Ocak 2025 tarihinde alınmıştır.
- Tunalı, H. ve Yalçinkaya, Y. (2016). Analysis of the relationship between inflation and exchange rate in the application of unconventional monetary policy. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 66(2), 61–112.

- Villanthenkodath, M. A. ve Mahalik, M. K. (2022). Does real interest rate reduce income inequality in India? Evidence from multivariate framework analysis. *European Journal of Government and Economics*, 11(2), 193–209.
- Williamson, S. D. (2008). Monetary policy and distribution. *Journal of Monetary Economics*, 55(6), 1038–1053.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2020a). *İleri panel veri analizi: Stata uygulamalı* (4. Baskı). Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Yousaf, T., Ghouse, G. ve Rehman, A. U. (2018). *Impact of monetary policy on socio-economic indicators: A case study of developing Asian economies*. PIDE Working Paper. <https://psde.pide.org.pk/wp-content/uploads/2018/12/Mian-Ghulam-Ghouse.pdf>
- Züllig, G. (2015). *Monetary policy, the lower bound, and inequality: Evidence from a panel VAR* [Master's Thesis]. University of St. Gallen.

YETENEK YÖNETİMİNİN İŞ VE YAŞAM DOYUMUNA ETKİSİ: HAVACILIK SEKTÖRÜ YER HİZMETLERİ ÇALIŞANLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA*

THE EFFECT OF TALENT MANAGEMENT ON JOB AND LIFE SATISFACTION: A STUDY ON GROUND HANDLING EMPLOYEES IN THE AVIATION SECTOR

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet DENİZ¹

ÖZ

Yetenek yönetimi; iş gücünün planlanması, yetenek çatışma analizinin yapılması, işe alım süreçleri, işgücü eğitimi ve geliştirilmesi, elde tutma faaliyetleri, yetenek havuzu ve yedeklenmesini kapsayan stratejik bütünsellik şeklinde tanımlanmaktadır. Bu bütünsellik havacılık sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin büyümesi ve rekabet üstünlüğü sağlaması için hayati öneme sahiptir. Yoğun rekabet koşulları nedeniyle işletmeler, yetenekli çalışanlarını elde tutma konusunda daha çok çaba harcamak zorundadırlar. Çalışanların elde tutulmasında gerek iş gerekse yaşam doyumları önem teşkil etmektedir. Çalışmada, havacılık sektörü yer hizmetleri işletmelerinin yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanlarının iş ve yaşam doyumları ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda araştırma, havacılık sektöründeki yer hizmetleri destek çalışanlarının (mavi ve beyaz yakalı) yetenek yönetimi uygulamalarını algılamalarının iş ve yaşam doyumları üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla 401 kişiyle yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucu yetenek yönetimi ile iş doyumu arasında $r = 0,253$ kuvvetinde, ve yaşam doyumu arasında ise $r = 0,224$ kuvvetinde ($p < 0,05$ anlam düzeyinde) zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki saptanmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda yetenek yönetiminin, iş doyumu modeli üzerinde istatistiki olarak etkisi anlamlıdır. Ayrıca yetenek yönetiminin, yaşam doyumu modeli üzerinde de istatistiki olarak etkisi anlamlıdır. Yapılan t testi ve ANOVA sonuçlarına göre demografik değişkenler ile yetenek yönetimi, iş doyumu ve yaşam doyumu arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yetenek Yönetimi, Stratejik Yönetim, İş ve Yaşam Doyumu, Örgütsel Davranış, Havacılık Sektörü.

JEL Sınıflandırma Kodları: L20, L93, M12, M16.

ABSTRACT

Talent management is defined as the strategic integration of workforce planning, talent conflict analysis, recruitment processes, workforce training and development, retention activities, talent pool and succession plans. This holism is vital for the growth and competitive advantage of businesses operating in the aviation sector. Due to the increasing intense competition conditions, businesses have to make more efforts to retain their talented employees. Both job satisfaction and life satisfaction are important in retaining employees. In the study, it is aimed to examine the relationship between talent management practices of aviation ground handling companies and job and life satisfaction of their employees. In this context, the research is conducted with 401 people in order to determine the effect of the perception of talent management practices on job satisfaction and life satisfaction of ground handling support employees (blue and white collar) in the aviation sector. As a result of the correlation analysis, a weak positive significant relationship is found between talent management and job satisfaction with a strength of $r = 0.253$, and a weak positive significant relationship is found between talent management and life satisfaction with a strength of $r = 0.224$ ($p < 0.05$ level of significance). As a result of the regression analysis, the effect of talent management on job satisfaction model is statistically significant. In addition, the effect of talent management on life satisfaction model is statistically significant. According to the t-test and ANOVA results, significant differences are found between demographic variables and talent management, job satisfaction and life satisfaction.

Keywords: Talent Management, Strategic Management, Job - Life Satisfaction, Organizational Behavior, Aviation Sector.

JEL Classification Codes: L20, L93, M12, M16.

* Bu çalışma için İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığından 2024-22-11 sayılı ve 30.12.2024 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü, ahdeniz@gelisim.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Ground handling teams operating within the aviation sector are characterized by high-intensity and high-stress work processes. Employees who are assessed based on their talents within their organizations can achieve both job satisfaction and life satisfaction, which in turn enables them to develop long-term organizational commitment. Reducing employee turnover contributes to the development of more efficient operational processes for ground handling companies. The primary aim of the study is to examine the impact of talent management practices implemented in ground handling organizations operating in the aviation sector on employees' job and life satisfaction. The main research problem is to determine the effects of comprehensive talent management strategies employed by ground handling companies in the aviation sector on employees' job and life satisfaction. In line with the research objective and problem, appropriate hypotheses are developed.

Design/methodology/approach:

The data collection process for the study is executed using a convenience sample approach, leveraging the relational screening model to assess the interrelationships among variables. The quantitative research method employs a survey technique, administered on a voluntary basis, to collect data from ground handling support employees operating within the aviation sector in Türkiye. The study's sample population encompasses both white-collar and blue-collar ground handling support employees within the aviation sector. The data collection process involves the utilization of both Google Forms and face-to-face, encompassing a total of 401 sector employees. The study solicits demographic information as well as 3 scales. The initial scale, the talent management scale, is developed by Duran et al. (2019) and consists of 49 statements and 7 sub-factors (Rewarding, Retention, Training, Commitment, Attraction, Talent Pool, and Selection Placement). The second scale of the study, the life satisfaction scale, is adapted by Dağlı and Baysal (2016) and consists of 5 statements and one factor. The third scale is the job satisfaction scale, adapted by Kuşluyan and Kuşluyan (2005), consists of 5 statements and a single factor. The total number of statements is 59, employing a 5-point Likert scale ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). The study incorporates 6 demographic variables: gender, marital status, age, title, education, and length of service. The statistical analysis is conducted using the SPSS (24.0) program, with a significance level of $p < 0.05$.

Findings:

The findings of the correlation analysis indicate a weak positive association between talent management and job satisfaction, as indicated by the coefficient of determination $r = 0.253$, and between talent management and life satisfaction, as indicated by the coefficient of determination $r = 0.224$ ($p < 0.05$ level of significance). The regression analysis further substantiates the statistical significance of the talent management model on job satisfaction ($\beta = 0.301$; $F = 27.338$; $p < 0.05$) and life satisfaction ($\beta = 0.136$; $F = 21.099$; $p < 0.05$). The t-test further reveals a statistically significant difference in life satisfaction between males and females. Additionally, a significant disparity is observed between talent management and title, with blue-collar workers demonstrating higher perception of talent management practices compared to their white-collar counterparts. The results of ANOVA reveals a significant negative difference between participants in the 18-24 age group who are in the talent management category and those in the 25-34, 35-44, and 45-59 age groups. In addition, a significant negative relationship is identified between job satisfaction among 18-24 age group participants and 45-59 age group participants. Finally, a significant positive relationship is identified between participants with a bachelor's degree and those with a primary education and an associate degree in talent management. Furthermore, a substantial positive discrepancy is observed between postgraduate participants and associate degree participants with regard to life satisfaction.

Conclusion and Discussion:

In the context of business, talented employees are considered a prerequisite for businesses that wish to develop. It is vital for businesses operating in the aviation industry to grow and gain competitive advantage. Due to intense competition, businesses must make more efforts to retain their talented employees. It is reasonable to hypothesize that the business world of the future would evolve towards a process where employees would choose their companies rather than companies choosing their employees. In conclusion, talent management is an important factor in increasing organizational success, representing a very important aspect of the process of optimizing corporate performance. It also ensures that businesses have the most appropriate personnel with the necessary skills and abilities in the most appropriate roles, which ultimately results in increased productivity, innovation, and competitiveness. In sum, talent management stands as a pivotal catalyst of both individual and organizational success. Consequently, it is strongly recommended that organizations prioritize talent management as a strategic objective, implementing comprehensive strategies to attract, develop, and retain the most exceptional talent. In this way, employees' job and life satisfaction can be increased.

1. GİRİŞ

Yeteneğin etkin yönetimi, bireylerin iş doyumunu ve yaşam doyumunu düzeylerini etkilemede büyük önem taşımaktadır. Etkili yetenek yönetimi uygulamaları, çalışanların mesleki ve kariyer gelişimlerini kolaylaştırmakta ve kişisel refahlarını etkilemektedir. Yetenekli çalışanlar, gelişmek isteyen işletmeler için vazgeçilmez koşullardan biri olarak kabul edilir (Kompaso ve Sridevi, 2010). Geleceğin iş dünyasının, şirketlerin çalışanlarını değil, çalışanların şirketlerini seçecekleri bir sürece doğru evrileceğini ifade etmek mümkündür. Kaynak Temelli Görüş, bir işletmenin sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesinde, sahip olduğu benzersiz ve zor taklit edilen kaynakların (örneğin yetenekli insan kaynağı) kritik rol oynadığını savunmaktadır. Yetenek yönetimi stratejik bir insan kaynağı uygulaması olarak bu çerçevede değerlendirilir. Yetenekli çalışanların iş doyumunu ve yaşam doyumunu, bu kaynakların etkin kullanımını doğrudan etkilemektedir (Barney, 1991).

Yetenek yönetimi, kurumların insan kaynaklarını etkili bir şekilde yönetmeleri için önemli bir bileşendir (Somarathna, 2020). Bir kurumun stratejik hedeflerine ulaşma ve çalışanlarının enerjisini harekete geçirme yeteneğini önemli ölçüde etkilemektedir. Yetenek yönetimi, kurumların çalışanlarının tüm potansiyellerini harekete geçirmek ve başarıyı sağlamak için önceliklendirmeleri gereken kritik bir süreçtir (Phillips ve Roper, 2009). Yetenek yönetimi programları daha yüksek çalışan katılımı, üretkenlik ve kurumsal performansa yol açmaktadır. Yetenek yönetimi stratejilerine öncelik veren kurumlar, rollerine bağlı ve motive olmuş memnun çalışanlara ve gelişmiş kurumsal performansa sahip olma eğilimindedir. Bu bağlamda yetenek yönetimi, bir kurumun genel başarısına katkıda bulunan bağlı ve memnun bir işgücü yaratmada önemli bir unsurdur (Shahid, 2019).

Günümüz iş dünyasında yetenekli çalışanların belirlenmesi, geliştirilmesi ve elde tutulması, örgütlerin rekabet avantajı yaratmasında stratejik bir zorunluluk haline gelmiştir. Küresel düzeyde yaşanan dijital dönüşüm, değişen iş gücü yapısı ve hizmet kalitesine yönelik artan beklentiler, kurumları insan kaynağına daha fazla odaklanmaya yöneltmiştir. Bu bağlamda, yetenek yönetimi kavramı, yalnızca insan kaynakları yönetiminin bir aracı değil, aynı zamanda çalışan refahını ve örgütsel performansı etkileyen bütüncül bir yönetim yaklaşımı olarak öne çıkmaktadır. İnsanlar karşılıklı fayda ilişkisi temelinde davranırlar; çalışanlar kendilerine değer veren, yatırım yapan ve gelişim fırsatları sunan kurumlara bağlılık geliştirirler. Yetenek yönetimi uygulamaları (eğitim, kariyer geliştirme, ödüllendirme vb.) çalışanların iş doyumunu ve yaşam doyumunu artırabilmektedir. Çünkü çalışanlar bu uygulamaları psikolojik sözleşmenin bir parçası olarak görmektedir (Blau, 1986). Bu unsur Sosyal Değişim Teorisi'nin bir çıktısıdır.

Günümüzün yoğun rekabetçi iş ortamı bağlamında, işletmelerin etkili yetenek yönetimi uygulamalarına yatırım yapmaları zorunludur. Bu, gerekli becerilere sahip en uygun bireylerin kurum içinde başarı için sürekli olarak konumlandırılmasını sağlamaktadır (Wandhe, 2016). Araştırmalar, iş ve yaşam dengesi, kariyer gelişim fırsatları, destekleyici işyeri ilişkileri, işte özerklik, takdir edilme hissi, kurum kültürü ve liderlik tarzlarının etkisi gibi çeşitli faktörlerin iş ve yaşam doyumunu etkileyebileceğini göstermektedir. Bu unsurların nasıl etkileşime girdiğini anlamak önemlidir zira bunlar hem profesyonel hem de kişisel yaşam alanlarında genel memnuniyeti de etkilemektedir (Maya vd., 2020).

Dünya genelindeki kurumsal işletmelerde, yetenek yönetimi çok önemli bir uygulamaya dönüşmüştür (Turner vd., 1998). Pazarda rekabet edebilirlik ve daha fazla pazar payı elde etme arayışında olan kurumlar, yüksek vasıflı çalışanları çekmenin ve elde tutmanın önemini kabul etmeye başlamıştır (Arisukwu vd., 2019). Bu stratejik odaklanma liderleri, teknik uzmanları kapsayan yeteneklerin kurumsal başarı için çok önemli bir varlık olarak hizmet ettiğinin kabul edilmesiyle desteklenmektedir (Tabatabaee vd., 2021). Ayrıca yetenek yönetimi, çalışanlar için iş ve yaşam doyumunu sağlamada kritik bir faktör olarak tanımlanmaktadır (Arisukwu vd., 2019). Yetenek yönetimi uygulamaları, çalışanlara değer verme, gelişim fırsatları sunma, performanslarını izleme ve ödüllendirme gibi süreçleri kapsamaktadır. Bu tür uygulamaların, çalışanların iş doyumunu ve yaşam doyumunu gibi öznel refah göstergeleri üzerinde anlamlı etkiler yaratabilecektir. Özellikle bireylerin sadece işle sınırlı olmayan, yaşamın bütününe yayılan bir tatmin arayışı içinde olduğu düşünülürse, kurumların sunduğu destekleyici ortamların bu tatmin üzerinde belirleyici bir rol oynadığı açıktır.

Yetenek yönetimi son yıllarda örgütsel performans, çalışan bağlılığı ve iş doyumunu gibi konularla yoğun biçimde ilişkilendirilmiş ve insan kaynakları yönetiminin stratejik boyutu olarak ele alınmaya başlanmıştır (Tarique ve Schuler, 2018). Özellikle hizmet sektöründe, nitelikli çalışanların elde tutulması ve geliştirilmesi, rekabet avantajı yaratma sürecinin temel bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, yetenek yönetiminin

yalnızca iş ortamındaki çıktılara değil, aynı zamanda bireylerin genel yaşam kalitesine olan etkisi henüz yeterince araştırılmamıştır (De Vos vd., 2020). Yetenek yönetimi ile çalışan refahı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmaların çoğunlukla sadece iş doyumu gibi işle sınırlı çıktılara odaklandığı; yaşam doyumu gibi daha kapsamlı, bireysel refah düzeyini yansıtan değişkenlerin ise ihmal edildiği dikkat çekmektedir. Oysa iş ve yaşam alanları arasında kurulan denge, özellikle stresli sektörlerde çalışan memnuniyetini ve bağlılığını doğrudan etkilemektedir. Yetenek yönetimi uygulamalarının yalnızca iş doyumu ile değil, yaşam doyumu gibi daha öznel ve bireysel refah göstergeleriyle ilişkisi, literatürde görece yeni bir ilgi alanı olarak öne çıkmaktadır (Aliasah vd., 2020). Yaşam doyumu, bireyin iş dışı yaşamından da memnuniyet duyduğu bütünsel bir tatmin durumunu ifade etmekte olup, bu tür değişkenlerin örgütsel politika ve uygulamalarla ilişkilendirilmesi, mevcut literatüre hem kavramsal hem de uygulama bağlamında katkılar sağlayacaktır.

Hizmet sektörünün en dinamik ve stresli alanlarından biri olan havacılık sektörü, insan faktörünün hayati önem taşıdığı sektörlerden biridir. Yer hizmetleri personeli, uçuşların zamanında, güvenli ve konforlu şekilde gerçekleşmesinde doğrudan sorumluluğa sahip olan, ancak çoğu zaman geri planda kalan çalışan grubudur. Bu grubun iş deneyimi, hizmet kalitesi kadar kendi refah düzeyleri üzerinde de belirleyici olmaktadır. Ancak literatür incelendiğinde, havacılık sektöründe yapılan çalışmaların çoğunun pilotlar, kabin memurları veya yöneticilere odaklandığı; yer hizmetleri çalışanlarının ise sınırlı düzeyde ele alındığı görülmektedir (Mızrak, 2023). Oysa yer hizmetleri çalışanları, operasyonel sürekliliğin sağlanması ve yolcu memnuniyetinin sürdürülebilirliğinde temel rol oynamaktadır. Bu çalışan grubunun deneyimlerinin anlaşılması, örgütsel verimliliğin artırılması açısından önemli bir potansiyel taşımaktadır.

Araştırmamızın problemi, havacılık sektörü yer hizmetleri işletmelerinin yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanlarının iş ve yaşam doyumlarına etkisinin belirlenmesidir. Bu bağlamda çalışmada, araştırma problemi ve araştırma temel sorusuna uygun hipotezler oluşturulmuştur. Havacılık sektörü yer hizmetleri ekipleri yoğun ve stresli iş süreçleri olan ekiplerdir. Kurumlarında yetenekleri ölçüsünde değerlendirilen çalışanlar hem iş hem yaşam doyumuna ulaşabilecek bu da onların kurumlarında uzun süreler çalışmalarına olanak tanıyabilecektir. İş gücü devir hızının azalması yer hizmetleri işletmeleri için verimli iş süreçleri oluşturacaktır.

Çalışmanın amacı, kapsamlı yetenek yönetimi stratejilerinin bireylerin genel yaşam kalitesi üzerindeki yararlı etkilerini aydınlatmak amacıyla yetenek yönetimi, iş doyumu ve yaşam doyumu arasındaki bağlantıyı incelemektir. Yukarıda belirtilen amaca ulaşmak için öncelikle çalışmaya rehberlik edecek kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Daha sonra, araştırma hipotezlerini değerlendirmek için yapılandırılmış bir anket kullanılarak nicel bir araştırma yürütülmüştür. Bu araştırma, yetenek yönetiminin hem iş hem de yaşam doyumu üzerindeki etkisine ilişkin değerli bilgiler sağlamayı hedeflemektedir. Yetenek yönetimi ve iş ile yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi analiz ederek, işletmelerin en iyi yetenekleri nasıl çekebileceği, geliştirebileceği ve elde tutabileceği konusunda daha derin bir anlayış kazanmak mümkündür (Leontev, 2018).

Araştırmada elde edilecek bulgular ile mevcut literatüre yeni ve özgün katkılar sağlanması hedeflenmiştir. Araştırmamızın kuramsal temellerini oluşturan yetenek yönetimi, iş doyumu ve yaşam doyumu için kapsamlı literatür taraması yapılarak mevcut literatür derinlemesine incelenmiş ve araştırma bulgularının çıktıları ile birleştirilmiştir. Ana kütle olarak havacılık sektöründe yer alan yer hizmetleri işletmelerinin beyaz ve mavi yakalı çalışanlarını temel alan çalışma, ilgili sektörde daha önce benzer bir araştırma yapılmadığından literatüre özgün katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, yetenek yönetiminin hem iş hem de yaşam doyumu üzerindeki etkilerini, havacılık sektörünün yer hizmetleri çalışanları özelinde inceleyen kapsamlı çalışmalar oldukça sınırlıdır. Mevcut çalışma, bu sınırlılığı ortadan kaldırmayı ve hem sektörel hem de teorik düzeyde anlamlı bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

Bu bağlamda çalışma, yetenek yönetimi uygulamalarının hem iş hem de yaşam doyumu üzerindeki etkilerini birlikte ele alarak, bireysel refahın çok boyutlu yapısını kavramsal ve ampirik olarak açıklamayı hedeflemektedir. Literatürde çoğunlukla iş doyumu gibi işle sınırlı çıktılar üzerinden yürütülen araştırmaların aksine, bu çalışma yaşam doyumu gibi öznel refah göstergelerini de kapsamına alarak, örgütsel uygulamaların çalışanların genel yaşam kalitesi üzerindeki etkilerine ışık tutmaktadır. Özellikle havacılık sektörünün operasyonel süreklilik açısından kritik ancak literatürde ihmal edilen bir kesimi olan yer hizmetleri çalışanlarına odaklanmasıyla hem teorik hem de sektörel açıdan önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Böylelikle çalışma, sadece stratejik insan kaynakları yönetimi literatürüne değil, aynı zamanda çalışan refahı, hizmet kalitesi ve iş gücü sürdürülebilirliği gibi alanlara da bütüncül bir katkı sunmaktadır. Bu katkı çalışmanın özgün değerini de ortaya koymaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

2.1. Yetenek Yönetimi

Örgütsel analiz bağlamında yetenek kavramı ağırlıklı olarak bireysel bir perspektiften ele alınmakta ve önemi örgütsel süreçlerin etkinliği ile ilişkili olarak vurgulanmaktadır. Örgütsel bir bakış açısından yetenek; stratejik, finansal ve teknolojik dönüşüm süreçlerinin yürütülmesini kolaylaştıran, bu süreçlerin mevcut örgütsel iklimle uyumunu sağlayan ve böylece örgütün amaç ve hedefleri açısından sürdürülebilirliğinin güvence altına alınmasına katkıda bulunan çok önemli bir kaynak olarak kabul edilmektedir (Ulrich, 1997).

Örgütsel yetenek kavramı zaman içinde gelişmiştir ve bir kurumun fiziksel faaliyetlerinin, özellikle de orta ve üst düzey yöneticilerinin yeteneklerinin toplamı olarak tanımlanmaktadır (Matsusaka, 2001). Örgütsel yetenekler, örgütlerin yönettiği ve varlıklarından en iyi şekilde yararlanmalarını sağlayan bilgi, beceri ve deneyimlerin toplamı olarak da tanımlanabilir (Song vd., 2009). Ulrich (1997) örgütsel yetenekleri, kurumların karar alma ve uygulama süreçlerinde iç çevrelerine odaklanmak, dış rekabet koşullarına uyum sağlamak ve rekabet avantajı sağlamak için kolektif olarak kullandıkları alışkanlıklar olarak tanımlamaktadır. Bu avantajı elde etmek için kurumlar, girişimlerin nasıl yürütüleceğini ve stratejik etkinliği sağlayacak iş süreçlerini dikkate almalıdır. Bu süreçlerde örgütsel yetenekler, sadece tek bir sektörde değil, birden fazla sektörde uygulanabilen yetkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Matsusaka, 2001).

Yetenek yönetimi, yetenekli çalışanların işe alınması, seçilmesi, eğitilmesi ve elde tutulmasını kapsayan kritik bir stratejik prosedürdür (Brown, 2005). Şirket içindeki önemli rollerin ve bireylerin belirlenmesinin yanı sıra, geleceğin liderleri için planlama, performans yönetimi, öğrenme ve gelişim girişimleri, mentorluk programları ve kariyer ilerlemesi için fırsatlar gibi eylemlerin uygulanmasını içermektedir (Sanchez-Burks vd., 2017). Yetenek yönetimi, olumlu bir çalışma ortamında kariyer gelişimi için eğitim fırsatları ve yollar sunarken, üst düzey yetenekleri işe alarak mevcut ve gelecekteki iş gereksinimlerini karşılamak için yetkin personeli çekerek bir şirketin başarısında hayati bir rol oynar (Wandhe, 2016). Başarılı yetenek yönetimi, elde tutma stratejilerinin uygulanması yoluyla üretkenliği, yaratıcılığı ve genel kurumsal etkinliği artırma potansiyeline sahiptir (Cappelli ve Keller, 2014).

Yetenek yönetimi kavramı, seçkin yeteneklerin tanınması ve geliştirilmesinin ötesine uzanan çok yönlü bir dizi uygulamayı kapsamaktadır. Sürekli öğrenme ve ilerleme kültürünün geliştirilmesini, mentorluk programlarının ve beceri geliştirme fırsatlarının sağlanmasını ve bireysel kariyer hedeflerinin kurumsal hedeflerle uyumlu hale getirilmesini kapsamaktadır. Yetenek odaklı bir ortamın oluşturulmasının iş memnuniyetini artırdığı ve aynı zamanda çalışanlar arasında bir amaç ve tatmin duygusu yarattığı kanıtlanmıştır (Phillips ve Roper 2009).

Bu bağlamda, dinamizmi ve rekabetçiliği ile karakterize edilen günümüz iş ortamında, kurumsal başarının sağlanmasında yetenek yönetiminin önemi göz ardı edilemeyecektir. Etkili yetenek yönetimi, insan kaynakları uygulamaları kapsamının ötesine geçerek, işletmelerin doyuma ulaşmış ve motive olmuş bir işgücü yetiştirmeleri için stratejik bir zorunluluk teşkil etmektedir (Stewart, 2008). Bu, hem profesyonel hem de kişisel olarak kurumun büyümesine ve başarısına katkıda bulunmaktadır. Yetenek yönetimi; yetkin personeli cezbederek ve çeşitlilik ve kapsayıcılık çabalarını, etkili iletişim kanallarını ve işbirliğini teşvik eden olumlu bir çalışma ortamında kariyer gelişimi için yollar sunarak, başarıyı artırmaya kendini adanmış yüksek katılımlı bir işgücü yetiştirerek bir kurumun başarısında vazgeçilmez bir rol oynamaktadır.

Kaynak Temelli Görüş, örgütlerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesinde sahip oldukları değerli, nadir, taklit edilmesi zor ve örgütle bütünleşmiş kaynakların kritik rol oynadığını savunur. Bu bağlamda insan sermayesi, özellikle de yüksek potansiyele sahip çalışanlar, stratejik bir kaynak olarak değerlendirilmektedir (Barney vd., 2021). Yetenek yönetimi uygulamaları, örgütlerin bu stratejik kaynakları belirlemesi, geliştirmesi ve elde tutması için kritik önemdedir. Havacılık sektörü gibi yüksek nitelik gerektiren alanlarda, yer hizmetleri çalışanlarının bilgi, beceri ve motivasyon düzeyi; hizmet kalitesi ve örgütsel verimlilik açısından belirleyici olmaktadır. Kaynak Temelli Görüş'e göre, bu tür yetenekli çalışanların etkin bir şekilde yönetilmesi, sadece örgütsel performansı değil, çalışanların iş doyumlarını da artırmaktadır (Tarique ve Schuler, 2018).

Yetenek yönetiminin iş doyumunu ve yaşam doyumunu üzerindeki etkisi, son yıllarda örgütsel davranış ve insan kaynakları yönetimi alanlarında yoğun olarak çalışılan bir konudur. Havacılık sektörü özelinde ise bu ilişki, yüksek stresli ve hizmet odaklı bir çalışma ortamında daha kritik bir hale gelmiştir. Son dönem literatür incelendiğinde, havacılık sektöründe yer hizmetleri çalışanları üzerine yapılan çalışmaların, uçuş ekibi ve kabin memurlarına

kıyasla oldukça sınırlı olduğu görülmektedir (Mızrak, 2023). Ayrıca, yaşam doyumu gibi daha öznel ve bireysel refahı ilgilendiren değişkenlerin yetenek yönetimi bağlamında ele alınması da görece yenidir. Bu bağlamda, havacılık sektörünün yer hizmetleri ayağına odaklanan ve hem iş doyumu hem de yaşam doyumunu birlikte ele alan bu araştırma, literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmakta ve sektörel özgünlük taşımaktadır.

2.2. İş Doyumu

Bir kişinin yaptığı işten duyduğu memnuniyet ve olumlu duyguların genel bir ölçüsü iş doyumu olarak ifade edilmektedir. Bu, işin kendisine, çalışma koşullarına, iş arkadaşlarına, yönetime, maaşa, terfi olanaklarına ve kişisel gelişim fırsatlarına yönelik tutumları içerebilir (Alrefaei, 2020). Genel iş doyumu, yaygın olarak kabul edilen tanımda, kişinin işini ve işindeki deneyimlerini değerlendirmesi sonucu hissettiği pozitif duygusal durum şeklinde tanımlanmaktadır (Locke, 1976). İş doyumu, yalnızca kişinin işine yönelik duygusal bir tepki değil, aynı zamanda bilişsel bir değerlendirmeyi de içerir. Bu bağlamda kişi işini objektif olarak değerlendirir ve bu değerlendirme sonucunda memnuniyet veya memnuniyetsizlik yaşar. İş doyumu, kişinin işini ne kadar sevdiği, işinden ne kadar keyif aldığı ve işine ne kadar değer verdiği ile ilgilidir (Sypniewska, 2014).

İş doyumu, çalışanların performansını, motivasyonunu, devamsızlığını ve işten ayrılma oranlarını etkileyen önemli bir faktördür. Yüksek iş doyumu, genellikle yüksek performans, düşük devamsızlık ve düşük işten ayrılma oranları ile ilişkilidir (Alrawahi vd., 2020). Bu nedenle, işletmeler için çalışanlarının iş doyumunu artırmak, stratejik bir hedef olmalıdır. Kişinin değerleri, beklentileri ve öncelikleri, iş doyumu üzerinde etkili olan faktörleri belirlemede önemli bir rol oynamaktadır (Yoon ve Thye, 2002). Örneğin, bazı kişiler için yüksek maaş ve terfi olanakları en önemli faktörler olabilirken, bazıları için işin anlamlılığı ve kişisel gelişim fırsatları daha önemli olabilir. İş hayatı çalışanların gününün büyük bir bölümünü kapsamaktadır. İşten alınan tatmin, enerji seviyesini, motivasyonunu ve genel ruh halini etkileyebilmektedir. Bu da sosyal ilişkilere, hobilere ve günlük yaşama yansıtılabilmektedir. İş yerinde yaşanan stres, baskı veya olumsuzluklar da yaşamın diğer alanlarını etkileyebilmektedir (Rizzo vd., 1981).

Bu bağlamda iş doyumu yaşam doyumunu etkileyebilmektedir. İş doyumu ve yaşam doyumu arasında çift yönlü bir ilişki vardır. İşten memnun olduğunda, bu memnuniyet genel yaşam doyumu seviyesini yükseltebilmektedir (Schmitt ve Pulakos, 1985). Sevdiği ve değer verdiği bir işte çalışan bireyin, işinden aldığı tatminle yaşam doyumunu da artırmaktadır (Judge vd., 2002). İş yerinde geçirilen zamanın yaşam sürecinin önemli bir kısmını oluşturduğu düşünüldüğünde, iş doyumunun yaşam doyumunu üzerindeki etkisinin göz ardı edilemeyeceği açıktır (Vieira, 2017).

Sosyal Değişim Teorisi, bireylerin sosyal ilişkilerini karşılıklılık esasına göre yapılandırıldığını öne sürmektedir. Çalışanlar, örgütün sunduğu değer, destek ve gelişim fırsatlarına karşılık olarak daha yüksek bağlılık ve performans gösterebilirler (Cropanzano vd., 2017). Bu bağlamda yetenek yönetimi, çalışanların kişisel ve mesleki gelişimine yatırım yaparak, onların kuruma olan güven ve bağlılıklarını artırmakta ve bu durum iş doyumunu doğrudan etkilemektedir. Sosyal Değişim Teorisi'ne göre, çalışanlar kendilerine yatırım yapan bir örgüte karşı pozitif duygusal bağ geliştirir ve bu bağlamda hem iş yaşamlarında hem özel yaşamlarında daha yüksek doyum hissederler. Yetenek yönetimi uygulamaları, bu karşılıklı etkileşimi güçlendirerek çalışan deneyimini zenginleştirmektedir (Chernyak-Hai ve Rabenu, 2018).

Yapılan araştırmalar, yetenek yönetiminin çalışanların iş doyumunu önemli ölçüde artırdığını ortaya koymaktadır. Nawawi vd. (2024) Çin'de yürüttükleri araştırmada, yetenek geliştirme ve kariyer planlamasının çalışanlar arasında iş doyumunu artırdığını göstermiştir. Araştırma sonuçları, yetenek odaklı uygulamaların sadece performansa değil, aynı zamanda çalışan memnuniyetine de katkı sunduğunu vurgulamaktadır. Singh vd. (2012) Körfez ülkelerinde faaliyet gösteren havayolu şirketlerinde yaptıkları çalışmada, yetenek çekme ve elde tutma stratejilerinin çalışanların örgütsel bağlılık ve iş doyumu üzerinde anlamlı etkileri olduğunu belirtmiştir. Özellikle genç çalışanların kariyer gelişimi açısından beklentilerinin karşılanması, iş doyumunu güçlendirmektedir. Çay ve Aydın (2020) Türkiye'de gerçekleştirdikleri araştırmada, eğitim, ödüllendirme ve kariyer planlaması gibi yetenek yönetimi unsurlarının iş doyumunu pozitif etkilediğini bulmuştur.

2.3. Yaşam Doyumu

Yaşam doyumu, bir kişinin beklentileri ile sahip olduklarını karşılaştırarak elde ettiği sonuçtur (Appleton ve Song, 2008). Kişinin belirlediği ölçütlere göre tüm yaşamını olumlu değerlendirmesi ve kapsamlı mutluluğun önemli bir ögesi olarak tanımlamasıdır (Dien vd., 1985). Yaşam doyumunu, bir kişinin yaşam hakkındaki değerlendirmelerinin toplamı veya kişinin yaşamına karşı genel tutumu olarak tanımlamak da mümkündür (Rice vd., 1992).

Yaşam doyumu, bireyin yaşam kalitesi ve iyilik halinin algılanması sonucunda oluşur. İhtiyaçların karşılanması, kişisel gelişim fırsatları, olumlu ilişkiler, başarı duygusu vb. faktörler yaşam doyumunu artırır. Bununla birlikte, olumsuz yaşam olayları, stres, sağlık sorunları vb. faktörler de yaşam doyumunu azaltabilir. Shin ve Johnson (1978) yaşam doyumunu, bir bireyin genel yaşam kalitesinin belirlediği ölçütlere göre değerlendirilmesi olarak tanımlamaktadır.

Yaşam doyumu, bir bütün olarak yaşamın genel kalitesinin olumlu gelişme derecesi olarak da tanımlanabilmektedir. Yaşam doyumu, bireyin yaşamdaki tatmin düzeyinin genel değerlendirmesidir. Kişinin algıladığı yaşam kalitesi, fiziksel ve psikolojik sağlık durumu, kişilerarası ilişkileri, ekonomik durumu vb. faktörler yaşam doyumunu etkilemektedir. Yüksek düzeyde yaşam doyumu, bireyin mutlu ve huzurlu bir yaşam sürdürdüğü anlamına gelir (Veenhoven, 1996).

Garcia (2018) çalışmasında belirttiği gibi yaşam evreleri; tarihsel, yapılandırılmış, demografik ve kurumsal şeklinde birçok faktörden etkilenmektedir. Fave vd. (2013) bireylerin yaşamlarındaki anlam kaynaklarının yaşa ve aile rollerine göre farklılıklar gösterebileceğine dikkat çekmiştir. Yaşam doyumu, her bireyin yaşam yolculuğunda deneyimlediği, sürekli değişen ve gelişen bir kavramdır. Belirli aşamalar yerine, yaşam doyumu, bireyin deneyimleri, algıları ve değerleri ile de şekillenir. Yaşam doyumu, doğrusal aşamalardan ziyade sürekli bir süreç olarak düşünülmelidir. Yaşam doyumu, bireyin yaşamındaki deneyimlerin, koşulların ve algıların etkileşimiyle sürekli olarak şekillenir (McDonnell vd., 2011).

Yaşam doyumu ile iş doyumu arasında karmaşık bir ilişki vardır. Her iki kavram da birbirini etkileyebilir. Yüksek yaşam doyumu olan bir bireyin, genellikle işine daha olumlu baktığı, motivasyonunun daha yüksek olduğu ve iş arkadaşlarıyla daha iyi ilişkiler kurduğu gözlemlenebilir (Parker ve Chusmir, 1992). Bu durum, iş performansını ve iş doyumunu olumlu yönde etkileyebilir (Fadhiela ve Putri, 2023). Bununla birlikte, bu ilişki her zaman doğrusal değildir. Bazı durumlarda, yüksek yaşam doyumu olan bir birey, işinde mutsuz olabilir veya tersi de olabilir (Fave vd., 2013). Kişinin değerleri, öncelikleri ve yaşam koşulları, bu ilişkinin yönünü ve şiddetini etkileyebilir. Wright ve Hamilton'a (1978) göre, yaşlı çalışanların iş doyumlarının genç çalışanlara göre daha güçlü olduğu belirtilmiştir. Bu tespit, yaşam ve iş doyumu arasındaki ilişkinin yaşa göre değişebileceğini göstermektedir.

Literatürde yaşam doyumu özelinde yapılan çalışmalar sınırlı olmakla birlikte, iş-yaşam dengesi ve bireysel refah konuları üzerinden dolaylı etkiler analiz edilmiştir. Mevcut çalışmanın hem iş doyumu hem de yaşam doyumunu birlikte ele alması literatüre bütüncül bir katkı sunmaktadır. Yetenek yönetiminin yaşam doyumu üzerindeki etkisi, doğrudan az sayıda çalışmada ele alınmış olsa da, iş-yaşam dengesi bağlamında dolaylı etkileri birçok çalışmada vurgulanmaktadır. De Vos vd. (2020) Avrupa'daki çok uluslu şirketlerde yaptıkları çalışmada, yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanların sadece iş ortamına değil, özel yaşamlarına da olumlu katkılar sağladığını belirtmiştir. Çalışanların değerli hissetmeleri, genel yaşam doyumlarını artırmaktadır. Aliasah vd. (2020) Malezya'daki yaptıkları bir araştırmada, yetenek gelişim fırsatlarının sunulduğu çalışanlarda iş-yaşam dengesinin daha iyi sağlandığını ve bu durumun yaşam doyumunu artırdığını ortaya koymuştur.

Bu araştırma gerek ele aldığı konu gerekse hedeflediği örneklem grubu itibarıyla literatüre ve uygulamaya önemli katkılar sunmaktadır. İlk olarak, yetenek yönetiminin iş doyumu üzerindeki etkisi, insan kaynakları yönetimi alanyazınında sıkça ele alınan bir konu olmakla birlikte, bu ilişkinin bireylerin yaşam doyumu gibi daha öznel bir gösterge ile birlikte incelenmesi, oldukça sınırlı sayıda çalışmada ele alınmıştır. Bu yönüyle araştırma, bireysel ve örgütsel değişkenleri birlikte değerlendiren çok boyutlu bir yaklaşım sunmaktadır.

İkinci olarak, çalışmanın özgünlüğü, havacılık sektöründe yer hizmetleri çalışanlarını odağına almasıyla güçlenmektedir. Literatürdeki birçok araştırma pilotlar, kabin memurları veya yönetsel kadrolar üzerine yoğunlaşırken, operasyonel sürekliliğin sağlanmasında kilit rol oynayan yer hizmetleri personeline ilişkin çalışmalar görece olarak azdır (Mızrak, 2023). Bu bağlamda araştırma, sektörel bir boşluğu doldurmakta ve göz ardı edilen bir çalışan grubunun deneyimlerine ışık tutmaktadır.

Üçüncü olarak, araştırma, güncel teori ve yaklaşımlara dayalı olarak yapılandırılmıştır. Kaynak Temelli Görüş, Sosyal Değişim Teorisi gibi kuramsal temellere dayanan bu model, hem kuramsal geçerliliği olan hem de uygulamaya yönelik çıkarımlar sunabilecek bir yapıdadır. Ayrıca, araştırmada kullanılacak ölçüm araçlarının güncel ve geçerli ölçeklerden oluşması, verilerin güvenilirliğini desteklemektedir.

Son olarak araştırma bulgularının, havacılık sektöründeki insan kaynakları politikalarının gözden geçirilmesi, yetenek yönetimi uygulamalarının daha stratejik biçimde yapılandırılması ve çalışan refahının artırılması

konularında yöneticiler için pratik öneriler sunma potansiyeli vardır. Bu yönüyle çalışma, sadece akademik değil, aynı zamanda sektörel anlamda da uygulamaya dönük özgün katkılar içermektedir.

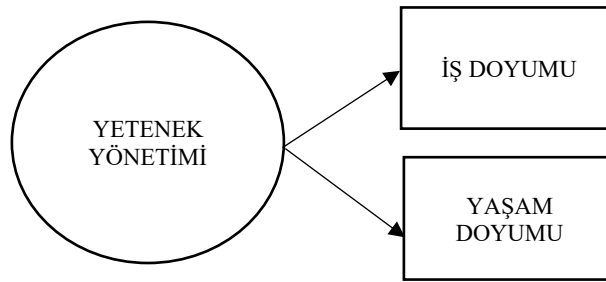
3. YÖNTEM

Bu çalışma, havacılık sektöründeki yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanların iş ve yaşam doyumları üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma, havacılık sektöründe görev yapan yer hizmetleri destek personelinin algıladığı yetenek yönetimi uygulamalarının, iş doyumu ve yaşam doyumu üzerindeki etkilerini incelemeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Çalışmada verilerin toplanması, değişkenler arasında ilişkisel tarama modeli kullanılarak kolayda örneklem temeline gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, Türkiye genelinde görev yapan yer hizmetleri çalışanları arasından, gönüllülük esasına dayalı olarak belirlenmiştir. Araştırmanın ana kütlesi, havacılık sektörünün farklı operasyonel alanlarında görev yapan yer destek personelinin oluşmaktadır. Gürbüz ve Şahin (2014) çalışmasına göre, 100.000 kişilik evrenin %5 güvenilirlik seviyesinde örneklemin 383 olması yeterlidir. Bu bağlamda çalışmaya 401 çalışanın katılması evren-örneklem uyumuna işaret ettiği şeklinde değerlendirilebilir. Ayrıca, örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde %95 güven düzeyi ile %5 hata payına dayanan Cochran örneklem hesaplama yöntemi dikkate alınmıştır. Bu yaklaşıma göre, araştırmaya katılan kişi sayısı, örneklemin evreni temsil edebilmesi için gerekli istatistiksel yeterliliği sağlamaktadır. Bu çerçevede, çalışmaya katılan 401 kişi, örneklem düzeyinde geçerlilik ve güvenilirlik açısından yeterli bulunmuştur.

Çalışmanın etik kurul izni İstanbul Gelişim Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurul Başkanlığı'nın 30.12.2024 tarihinde 2024-22 nolu toplantısı, 11 nolu kararı ile alınmış olup veriler karar sonrasında toplanmıştır. Veriler Google Formlar ve yüz yüze olarak 401 sektör çalışanından alınmıştır.

Çalışma kapsamında 3 ölçeğin yanı sıra demografik bilgilerin doldurulması istenmiştir. İlk ölçek olan yetenek yönetimi ölçeği; Duran vd. (2019) tarafından geliştirilen 49 ifade ve 7 alt faktörden (Ödüllendirme, Elde Tutma, Eğitim, Bağlılık, Cezbetme, Yetenek Havuzu ve Seçme Yerleştirme) oluşan ölçektir. Çalışmanın ikinci ölçeği yaşam doyumu ölçeği; Dağlı ve Baysal (2016) tarafından uyarlanan 5 ifade ve tek faktörden oluşan ölçektir. Son ölçek ise iş doyumu ölçeği; Kuşluvan ve Kuşluvan (2005) tarafından uyarlanan 5 ifade ve tek faktörden oluşan ölçektir. Toplam 59 ifade 5'li likert (1.Hiç katılmıyorum, 5.Tamamen katılıyorum) tipindedir. Çalışmaya 6 adet demografik bilgi de (cinsiyet, medeni durum, yaş, unvan, eğitim, çalışma süresi) dâhil edilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde SPSS (24.0) programı kullanılmış ve analizlerde $p < 0,05$ anlam düzeyi aranmıştır. Hipotezler doğrultusunda kavramsal model Şekil 1'de sunulmuş olup verilerin normal dağılım testi, güvenilirlik analizi, T-testi, ANOVA, korelasyon ile regresyon analizi yapılmıştır.

Şekil 1. Araştırmaya Ait Kavramsal Model



Bu araştırmanın temel amacı, yetenek yönetimi uygulamalarının, havacılık sektöründe görev yapan yer hizmetleri çalışanlarının iş doyumu ve yaşam doyumu üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu çerçevede, yetenek yönetiminin çalışanların işle ilgili tutumları ve genel yaşam memnuniyetleri üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri analiz edilmektedir. Araştırmanın özgün yönlerinden biri, hem iş doyumu gibi işle ilişkili bir değişkeni hem de yaşam doyumu gibi daha kapsamlı ve öznel bir refah göstergesini birlikte ele almasıdır. Diğer önemli katkı ise, bu ilişkinin havacılık sektöründe yer hizmetleri personeli özelinde incelenmesidir. Bu bağlamda araştırma hem kuramsal düzeyde hem de sektörel uygulamalar açısından önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

Alanyazında havacılık sektöründeki yer hizmetleri destek çalışanlarına (mavi ve beyaz yakalı) yönelik yetenek yönetimi ile iş ve yaşam doyumu arasında farklılık, etki ve ilişkiyi eşzamanlı araştıran bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Fakat benzer değişkenlerin başka kavramlarla ilişkisi ve etkisini araştıran ve bu çalışmayı dolaylı olarak destekleyici çeşitli araştırmalar şu biçimde özetlenebilir:

Atlı (2013) işletmelerin ihtiyacı olan yetenekli çalışanların doğru zamanda işe alınmasının işletme hedeflerine ulaşmakta anahtar rol oynadığını ifade etmiştir. Şahin (2015) yetenek yönetimi stratejilerini uygulayan ve uygulamayan işletmeler arasında inovasyon performansı açısından anlamlı farklılık olduğunu ifade etmiştir. Dahshan vd. (2018) hemşirelere yönelik yetenek yönetimi uygulamalarının performans ile olan ilişkisinde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunduğunu ifade etmiştir. Dinçer ve Kart (2021) yetenek yönetiminin, örgüt kültürü ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide aracılık işlevi gördüğünü ileri sürmüştür. Boz (2022) yetenek yönetiminin, iş ve işletme performansının üzerine pozitif yönlü anlamlı etkisi olduğunu ifade etmiştir. Kurt ve Sağtaş (2023) yetenek yönetimi ve alt faktörlerinin performansı orta düzeyde pozitif yönde etkilediğini ayrıca yetenek yönetimi ile performans arasında pozitif yönlü kuvvetli ilişki olduğunu iddia etmiştir. Bayraktar ve Aydın (2024) yetenek yönetiminin alt boyutlarıyla iş tatmini arasında zayıf, orta ve güçlü düzeyde anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmiştir.

İşinden memnun çalışanların yaşamlarının birçok alanında daha fazla tatmin elde etme eğiliminde oldukları görülmektedir (Muhdar vd., 2022). Bu alanda yapılacak daha fazla araştırma, kurumların çalışanları için hem işle ilgili hem de genel memnuniyeti nasıl artırabilecekleri konusunda değerli bilgiler sağlayabilecektir. Bu durum, olumlu bir çalışma ortamı yaratmanın ve mesleki büyüme ve gelişim için yollar sağlamanın önemini altını çizmektedir (Johnson, 2023).

Araştırma, aşağıda belirtilen temel hipotezler doğrultusunda yürütülmüştür:

Araştırmanın Hipotezleri;

H₁: Yetenek yönetimi uygulamaları havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanlarının iş doyumu üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H₂: Yetenek yönetimi uygulamaları havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanlarının yaşam doyumu üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H₃: Havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanlarının demografik özellikleri ile değişkenler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Bu hipotezler, Kaynak Temelli Görüş ve Sosyal Değişim Teorisi'ne yönelik kuramsal temellere dayalı olarak geliştirilmiştir. Araştırma modeli, bu değişkenler arasındaki yapısal ilişkileri test etmeyi ve çalışan refahı ile insan kaynakları uygulamaları arasındaki bağı derinlemesine ortaya koymayı amaçlamaktadır.

4. BULGULAR

Bulgular, 401 kişilik yer destek unsurlarından (havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanlarından) alınan verilerle tanımlayıcı ve betimleyici istatistikler ile yorumlanmıştır.

Tablo 1. Demografik Bilgiler

Cinsiyet	n	%	Medeni durum	n	%
Kadın	122	30,4	Evli	254	63,3
Erkek	279	69,6	Bekar	147	36,7
Yaş	n	%	Unvan	n	%
18-24	32	8,0	Mavi yakalı	357	89,0
25-34	220	54,9	Beyaz yakalı	44	11,0
35-44	108	26,9	Eğitim	n	%
45-59	41	10,2	İlköğretim	53	13,2
Çalışma süresi	n	%	Lise	106	26,4
1-3yıl	252	62,8	Önlisans	111	27,7
4-6 yıl	78	19,5	Lisans	104	25,9
7-9 yıl	46	11,5	Lisansüstü	27	6,7
10 yıl ve üstü	25	6,2			

Çalışmayı destekleyen havacılık sektörü yer destek çalışanlarının çoğu erkek (%69,6), medeni durumları evli (%63,3), yaşları 25-34 yaş aralığında (%54,9), unvanları mavi yakalı (%89,0), eğitimleri ön lisans (%27,7) ve çalışma süreleri 1-3 yıl (%62,8) oldukları belirlenmiştir.

Tablo 2. Normallik Testi Sonuçları

	Yetenek Yönetimi	İş Doyumu	Yaşam Doyumu
Çarpıklık (Skewness)	-0,631	-0,974	-0,481
Basıklık (Kurtosis)	1,194	1,872	-0,709

Araştırmada yer alan yetenek yönetimi, iş doyumu ve yaşam doyumu değişkenlerine ilişkin normallik dağılımı; çarpıklık ve basıklık katsayıları dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Tablo 2'de sunulan bulgulara göre, yetenek yönetimi değişkeninin çarpıklık değeri -0,631 ve basıklık değeri 1,194; iş doyumu değişkeninin çarpıklık değeri -0,974 ve basıklık değeri 1,872; yaşam doyumu değişkeninin çarpıklık değeri -0,481 ve basıklık değeri -0,709 olarak hesaplanmıştır.

Çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 2 aralığında bulunması, dağılımın normal dağılıma yeterli düzeyde yakın olduğunu göstermekte ve parametrik testlerin uygulanabilirliğini desteklemektedir (George ve Mallery, 2020). Buna ek olarak Kalaycı (2010)'a göre, çarpıklık ve basıklık katsayılarının -3 ile +3 aralığında yer alması, verilerin normal dağılım varsayımını karşıladığını ifade etmektedir. Bu doğrultuda, ölçeklere ait veri setlerinin normal dağılım gösterdiği ve araştırmada parametrik istatistiksel yöntemlerin kullanılmasının uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Ölçeklere Ait Güvenilirlik Analizleri

Yetenek Yönetimi Ölçeği		İş Doyumu Ölçeği		Yaşam Doyumu Ölçeği	
Cronbach's Alpha	n	Cronbach's Alpha	n	Cronbach's Alpha	n
0,961	49	0,852	5	0,829	5

Yetenek Yönetimi ölçeği güvenilirlik analizi ($\alpha=0,961$), İş Doyumu ölçeği ($\alpha=0,852$) ve Yaşam Doyumu ölçeği ($\alpha=0,829$) sonucuyla yüksek düzeyde güvenilir (Büyüköztürk, 2007) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. T Testi (Medeni Durum, Cinsiyet, Unvan)

			N	$\bar{x}$	S.S.	p
Cinsiyet	Yaşam Doyumu	Kadın	122	4,5574	,36656	0,012
		Erkek	279	4,4695	,29899	
Unvan	Yetenek Yönetimi	Mavi yakalı	357	3,6872	,51568	0,000
		Beyaz yakalı	44	3,3219	,56871	

Tablo 4'e göre yaşam doyumu ile cinsiyet (kadın>erkek) arasında ($p<0,05$) anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu bağlamda kadın katılımcıların yaşam doyum düzeylerinin erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan, yetenek yönetimi ve iş doyumu değişkenleri açısından cinsiyete bağlı anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bununla birlikte, yetenek yönetimi ile unvan (mavi yakalı>beyaz yakalı) arasında ($p<0,05$) anlamlı bir farklılık saptanmış; mavi yakalı çalışanların yetenek yönetimi algılarının beyaz yakalıları kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ancak iş doyumu ve yaşam doyumu değişkenleri açısından unvana göre anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Ayrıca yapılan t testi sonuçlarına göre medeni durum ile herhangi bir değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 5. Değişkenler ile ANOVA (Yaş)

Yaş		Kareler.top	df	Orta.kare.	F	Sig.	Farklılıklar
Yetenek Yönetimi	Grup-arası	8,432	3	2,811	10,590	,000	18-24< 25-34, 35-44, 45-59
	Grup-içi	105,373	397	,265			
	Toplam	113,805	400				
İş Doyumu	Grup-arası	4,672	3	1,557	3,963	,008	18-24< 45-59
	Grup-içi	156,036	397	,393			
	Toplam	160,709	400				

İkiden daha fazla örneklemin arasındaki var olan ortalamaların anlamlılık düzeyinde fark taşıyıp-taşımadığının tespit edilmesinde ANOVA testi kullanılabilir (Kalaycı, 2010). Analiz bulgularına göre, yetenek yönetimi konusunda 18-24 yaş grubu katılımcıların 25-34, 35-44 ve 45-59 yaş grubu katılımcılara göre ($p<0,05$ anlam düzeyi) negatif yönde anlamlı farklılığı belirlenmiştir. İş doyumu konusunda da 18-24 yaş grubu katılımcıların 45-59 yaş grubu katılımcılarına göre ($p<0,05$ anlam düzeyi) negatif yönde anlamlı farklılığı saptanmıştır. Bu bulgular, genç çalışanların hem yetenek yönetimi uygulamalarına hem de iş doyumuna ilişkin algılarının daha olumsuz olabileceğini göstermektedir. Öte yandan, yaşam doyumu açısından yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 6. Değişkenler ile ANOVA (Eğitim)

Eğitim		Kareler.top.	df	Orta.kare.	F	Sig.	Farklılıklar
Yetenek Yönetimi	Grup-arası	13,886	4	3,471	13,758	,000	Lisans>
	Grup-içi	99,920	396	,252			İlköğretim,
	Toplam	113,805	400				Önlisans
Yaşam Doyumu	Grup-arası	1,335	4	,334	3,269	,012	Lisansüstü>
	Grup-içi	40,429	396	,102			Önlisans
	Toplam	41,764	400				

Eğitim düzeyi temelinde yapılan analizler, bazı alt gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar olduğunu ortaya koymuştur. Yetenek yönetimi konusunda lisans mezunu katılımcıların ilköğretim ve ön lisans mezunu katılımcılarına göre ($p<0,05$ anlam düzeyi) pozitif yönlü anlamlı farklılığı belirlenmiştir. Yaşam doyumu konusunda ise lisansüstü mezunu katılımcıların ön lisans mezunu katılımcılarına göre ($p<0,05$ anlam düzeyi) pozitif yönde anlamlı bir farklılığı belirlenmiştir. Öte yandan, iş doyumu açısından eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Son olarak ANOVA testi sonuçlarına göre çalışma süresi ile herhangi bir değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 7. Değişkenler Arasında Korelasyon Analizi

		Yetenek Yönetimi	İş Doyumu	Yaşam Doyumu
Yetenek Yönetimi	Pearson C.	1	,253**	,224**
	Sig. (2)		,000	,000
	N	401	401	401
İş Doyumu	Pearson C.	,253**	1	,127*
	Sig. (2)	,000		,011
	N	401	401	401
Yaşam Doyumu	Pearson C.	,224**	,127*	1
	Sig. (2)	,000	,011	
	N	401	401	401

Değişkenler arasındaki ilişkinin nedensellik sebebinin bulunmasında korelasyon analizi ön bilgi vermekte olup korelasyon katsayısı “r” ile gösterilmekte ve -1 ila +1 arasında bir değeri alabilmektedir (Gülbüz ve Şahin, 2016). Korelasyon analizi sonucu yetenek yönetimi ile iş doyumu arasında $r=0,253$ kuvvetinde, yaşam doyumu arasında ise $r=0,224$ kuvvetinde ($p<0,05$ anlam düzeyinde) zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu bulgular, yetenek yönetimi uygulamalarının hem iş hem de yaşam doyumunu destekleyici bir rol oynayabileceğine işaret etmektedir.

Tablo 8. Regresyon Analizi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.	F
	B	Std. Hata	Beta			
1 (Sabit Terim)	3,072	0,212		14,482		
Yetenek Yönetimi	0,301	0,058	0,253	5,229	0,000	27,338
Bağımlı Değişken İş Doyumu= 3,072 + (0,301 * Yetenek Yönetimi)						
1 (Sabit Terim)	4,001	0,109		36,729		
Yetenek Yönetimi	0,136	0,030	0,224	4,593	0,000	21,099
Bağımlı Değişken Yaşam Doyumu= 4,001 + (0,136 * Yetenek Yönetimi)						

Regresyon analizinin yapılma amacı değişkenlerin arasındaki etkinin analiz edilmesi, iki değişkenden birindeki değişimin diğeri üzerine değişiminin açıklanabilmesinde kullanılmaktadır (Gürüş ve Çağlayan, 2005). Regresyon analizi sonucunda yetenek yönetiminin iş doyumu modeli üzerinde istatistiksel olarak ($F=27,338$; $p<0,05$) etkisi anlamlı bulgulanmıştır. Ayrıca yetenek yönetiminin yaşam doyumu modeli üzerinde istatistiksel olarak ($F=21,099$; $p<0,05$) etkisi anlamlı bulgulanmıştır. Bu bulgular, yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanların hem işle ilgili hem de genel yaşam doyumu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Hipotez Sonuçları

Hipotez	Sonuç
H ₁ : Yetenek yönetimi uygulamaları havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanlarının iş doyumu üzerinde anlamlı etkiye sahiptir	Kabul
H ₂ : Yetenek yönetimi uygulamaları havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanlarının yaşam doyumu üzerinde anlamlı etkiye sahiptir	Kabul
H ₃ : Havacılık sektörü yer hizmetleri çalışanlarının demografik özellikleri ile değişkenler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır	Kısmen Kabul

5. TARTIŞMA

Bu araştırma havacılık sektöründeki yer hizmetleri çalışanlarının (mavi ve beyaz yakalı) yetenek yönetimi uygulamalarını algılamalarının iş doyumu ve yaşam doyumları üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla 401 kişiyle yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucu yetenek yönetimi ile iş doyumu arasında $r=0,253$ kuvvetinde, yaşam doyumu arasında ise $r=0,224$ kuvvetinde ($p<0,05$ anlam düzeyinde) zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulgulanmıştır. Regresyon analizi sonucunda yetenek yönetiminin iş doyumu modeli üzerindeki etkisi istatistiki olarak anlamlıdır. Ayrıca yetenek yönetiminin yaşam doyumu modeli üzerindeki etkisi istatistiki olarak anlamlıdır.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, yetenek yönetimi uygulamalarının hem iş doyumu hem de yaşam doyumu üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler yarattığını ortaya koymuştur. Bu sonuç, insan kaynakları literatüründe sıklıkla vurgulanan ancak çoğunlukla sadece örgütsel çıktılar üzerinden değerlendirilen yetenek yönetimi yaklaşımlarının, bireysel refah üzerindeki etkilerini de kapsamı gerektğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları, Nawawi vd. (2024); Singh vd. (2012) gibi çalışmalarda vurgulanan, yetenek yönetiminin iş doyumu üzerindeki pozitif etkisini desteklemektedir. Özellikle kariyer gelişimi, ödüllendirme ve çalışanlara değer verme gibi uygulamaların, çalışanların kuruma olan bağlılığını ve işlerinden duydukları memnuniyeti artırdığı bulgularla uyumludur. Mevcut araştırma, bu etkiyi havacılık sektörünün yer hizmetleri çalışanları özelinde ele alarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Benzer şekilde, çalışmada ortaya konan yaşam doyumu üzerindeki olumlu etki, Aliasah vd. (2020); De Vos vd. (2020) tarafından yürütülen çalışmalarla paralellik göstermektedir. Bu bağlamda yetenek yönetimi uygulamaları, sadece işle sınırlı kalmamakta; bireyin genel yaşam kalitesini artıracak esneklik, destek ve gelişim ortamı da sağlamaktadır. Özellikle iş-yaşam entegrasyonu yaklaşımı çerçevesinde değerlendirildiğinde, bu bulgular, çalışan refahına bütüncül bir bakış açısı geliştirilmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar, Kaynak Temelli Görüş çerçevesinde de anlam kazanmaktadır. Nitelikli çalışanlar, örgütlerin stratejik kaynakları arasında yer almakta ve bu kaynağın geliştirilmesi, iş ve yaşam doyumunu artırarak çalışanların kuruma olan katkılarını sürdürülebilir kılmaktadır (Barney vd., 2021).

Ayrıca, Sosyal Değişim Teorisi bağlamında değerlendirildiğinde, çalışanlara sunulan gelişim fırsatları ve destekleyici uygulamalar, karşılıklı güven ve bağlılık ilişkisini güçlendirmekte; bu durum da çalışanların hem işle ilgili hem de bireysel yaşamlarında olumlu duygular geliştirmelerini sağlamaktadır (Cropanzano vd., 2017).

İş doyumunu ve yaşam doyumunu arasındaki etkileşimin kapsamlı bir şekilde anlaşılması işverenler için zorunludur. Bu tür bir bilgi, olumlu bir çalışma ortamını teşvik ederken çalışanların refahını, üretkenliğini ve elde tutulmasını artıracaktır (Magnier-Watanabe vd., 2019). Araştırmalar iş doyumunun genel yaşam doyumuyla yakından bağlantılı olduğunu göstermiştir. İş-yaşam dengesi, işyerinde özerklik, destekleyici çalışma arkadaşları, büyüme ve gelişme fırsatları, amaç duygusu gibi faktörler, kişinin işteki doyum duygusuna önemli ölçüde katkıda bulunur. Benzer şekilde, tatmin edici bir kariyer, bir bireyin iş dışındaki mutluluğunu olumlu yönde etkileyebilir, aynı zamanda yaşam ve kişisel ilişkilere ilişkin genel bakış açısını da güçlendirebilir. İş doyumunu ve yaşam doyumunu arasındaki bu ilişki, kişinin değerleriyle uyumlu, anlamlı ve ödüllendirici bir iş bulmanın önemini vurgular (Bailey vd., 2017).

Yüksek düzeyde iş doyumunu bulunan kişiler, genellikle kişisel yaşamlarında da artan mutluluk ve doyum yaşarlar (Hu ve Hirsh, 2017). İş ve kişisel yaşam arasında optimum dengeyi sağlamak, kişinin değerleri ve tutkularıyla uyumlu, tatmin edici bir işte çalışmak hem işte hem de iş dışında destekleyici ilişkiler beslemek ve olumlu bir çalışma ortamının parçası olmak gibi faktörlerin genel mutluluğu ve refahı önemli ölçüde artırdığı görülmektedir. Bu alandaki çalışmalar, bu karmaşık karşılıklı ilişkileri ve bunların bireylerin psikolojik refahı, memnuniyet düzeyleri, verimlilik ve kurumsal performans ile kurumsal kültür ve yetenekleri elde tutma kapasitesi üzerindeki etkilerini keşfetmeyi amaçlamaktadır (Oliveira vd., 2023).

Çalışmalar, yetenek yönetiminin bireyler arasında iş ve yaşam doyumunu şekillendirmede önemli bir rol oynadığını göstermiştir (Tabatabaee vd., 2021). Kurumlar, yetenekli çalışanların belirlenmesi, geliştirilmesi ve elde tutulması için kaynak ayırdığında, bu bireylerin daha yüksek düzeyde iş doyumunu yaşama olasılığı daha da yükselmektedir. Genel yaşam doyumunu artırmada da yetenek yönetimi programlarının etkinliği bulunmaktadır (Virgana, 2021).

Tüm bu değerlendirmeler ışığında, yetenek yönetiminin sadece kurumsal verimlilik açısından değil, aynı zamanda çalışanların bireysel mutluluğu, yaşam dengesi ve uzun vadeli bağlılığı açısından da stratejik bir araç olduğu açıktır. Ancak özellikle havacılık sektöründe yer hizmetleri gibi sıklıkla arka planda kalan çalışan gruplarına odaklanan çalışmaların sınırlı olması, bu araştırmayı literatürde özgün bir yere taşımaktadır. Araştırma bulguları, yöneticiler için uygulamaya dönük önemli ipuçları sunmaktadır.

Bu araştırma, yetenek yönetiminin iş ve yaşam doyumunu üzerindeki etkisini havacılık sektöründe görev yapan yer hizmetleri çalışanları özelinde incelemektedir. Her bilimsel araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır:

- Araştırma verileri belirli bir zaman aralığında ve Türkiye’de faaliyet gösteren yer hizmetleri çalışanlarından toplanmıştır. Bu durum, bulguların tüm havacılık sektörüne genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır (kabin ekipleri, pilotlar gibi diğer çalışan grupları araştırma dışında bırakılmıştır).
- Araştırma Türkiye bağlamında yapılmıştır; farklı ülke ve kültürlerde yürütülecek benzer çalışmalar farklı sonuçlar doğurabilecektir.
- Araştırma verileri kesitsel anket yöntemiyle elde edilmiştir. Bu nedenle, değişkenler arasındaki ilişkiler nedensellikten ziyade ilişkisel düzeyde yorumlanmalıdır.
- Anket yöntemiyle toplanan veriler, katılımcıların öz değerlendirmelerine dayandığından toplumun kabul edilebilir veya olumlu gördüğü şekilde cevap verilmesi durumu veya bilişsel çarpıtmalar olasılığı bulunmaktadır.

Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda ileride yapılacak akademik çalışmalar açısından geleceğe yönelik aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- İlerideki araştırmalarda, nedensellik ilişkilerini daha güçlü biçimde ortaya koymak amacıyla boylamsal veri toplama yöntemleri tercih edilebilir.
- Yetenek yönetiminin iş ve yaşam doyumu üzerindeki etkisi, diğer hizmet sektörlerinde ve havacılığın farklı meslek gruplarında karşılaştırmalı olarak incelenebilir.
- Katılımcı deneyimlerinin daha derinlemesine anlaşılabilmesi adına, diğer araştırma teknikleri (örneğin görüşmeler, odak grup çalışmaları vb.) kullanılabilir.
- Farklı ülkelerde ve kültürel bağlamlarda yapılacak karşılaştırmalı çalışmalar, yetenek yönetiminin etkilerinin kültürel boyutunu ortaya koyabilir.

6. SONUÇ

Yetenekli çalışanlar, gelişmek isteyen işletmeler için vazgeçilmez koşullardan biri olarak kabul edilmektedir. Havacılık sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin büyümesi ve rekabet üstünlüğü sağlaması hayati öneme sahiptir. Yoğun rekabet koşulları sebebiyle işletmeler, yetenekli çalışanlarını elde tutma konusunda daha çok çaba harcamak zorundadırlar. Bu araştırmanın temel amacı, havacılık sektöründe görev yapan yer hizmetleri çalışanlarının (hem mavi yakalı hem beyaz yakalı personelin) yetenek yönetimi algılarının iş ve yaşam doyumları üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu doğrultuda, sektör içinde görev yapan çalışanlara anket uygulanmış ve katılımcılara kolayda örnekleme yöntemi ile ve gönüllülük esası temelinde ulaşılmıştır.

Araştırma bulguları, çalışanların yetenek yönetimi algıları ile hem iş doyumu hem de yaşam doyumu arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre, yetenek yönetimi uygulamaları çalışanların iş ve yaşam doyumlarını artırmada etkili bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Ayrıca yapılan analizler, yetenek yönetimi değişkeninin hem iş doyumu hem de yaşam doyumu üzerinde anlamlı düzeyde etkili olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, yetenek yönetimi stratejilerinin yalnızca kurumsal performansa değil, bireysel refah ve memnuniyet düzeyine de katkı sağladığını göstermektedir.

Demografik değişkenler açısından yapılan karşılaştırmalarda ise, kadın çalışanların yaşam doyum düzeylerinin erkek çalışanlara göre daha yüksek olduğu, mavi yakalı çalışanların ise yetenek yönetimi algılarının beyaz yakalılardan daha güçlü olduğu belirlenmiştir. Yaş grupları arasında yapılan karşılaştırmalarda, genç çalışanların (özellikle 18-24 yaş arası) yetenek yönetimi ve iş doyumu algılarının diğer yaş gruplarına kıyasla daha düşük olduğu görülmüştür. Eğitim düzeyine göre yapılan değerlendirmelerde ise, lisans mezunlarının yetenek yönetimi konusundaki algılarının daha düşük eğitim düzeyine sahip katılımcılardan daha yüksek olduğu; yaşam doyumu açısından ise lisansüstü mezunlarının, ön lisans mezunlarına kıyasla daha yüksek doyum düzeyine sahip olduğu saptanmıştır.

Yetenek yönetiminin başarılı bir şekilde uygulanması, etkili elde tutma stratejilerinin stratejik olarak uygulanması yoluyla üretkenliği, yaratıcılığı ve genel kurumsal etkinliği artırmak için zorunludur. Bu stratejiler uzun vadede, insan kaynaklarının kullanımını optimize ederek ve başarıyı artırarak kurumsal performansın iyileştirilmesine yol açabilmektedir. Etkili yetenek yönetiminin, çalışanların yalnızca elde tutulmasının ötesine geçen geniş kapsamlı faydaları vardır. Kurumların en iyi performans gösteren çalışanları çekmek, elde tutmak ve geliştirmek için yetenek yönetimine öncelik vermesi zorunludur. Etkili yetenek yönetimi, stratejik kazanım, sürekli gelişim ve kilit yeteneklerin kurum içinde sürekli tutulması yoluyla rekabet avantajı yaratarak uzun vadede kurumsal performansa önemli ölçüde katkıda bulunur. Yetenek yönetimi iş doyumunun yanı sıra genel yaşam doyumunu artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, kurumun başarısına derin bağlılık duyan bir işgücünü teşvik etmek de, böylece stratejik insan kaynakları yönetimi ve günümüzün rekabetçi iş ortamında refah elde etmek için vazgeçilmezliğinin altını çizmektedir.

Yetenek yönetimi programları bireylere gelişim, takdir ve ilerleme şansı sunarak kariyerlerinde başarı ve doyum yaşamalarını sağlamaktadır. Bu da iş performansının artmasına, motivasyonun yükselmesine ve kuruma daha derin bir bağlılık duyulmasına yol açar. Ayrıca yetenek yönetimi, bireyin genel yaşam memnuniyetini de olumlu yönde etkilemektedir. Yetenek yönetimi programları, büyüme ve ilerleme fırsatları sunarak bireylerin kariyerlerinde kendilerini tatmin olmuş ve başarılı hissetmelerine yardımcı olur; bu da hayatlarının diğer alanlarına da yansarak daha büyük bir genel mutluluk ve doyum duygusuna katkıda bulunur. Bu nedenle kurumlar, yalnızca iş doyumunu artırmakla kalmayıp aynı zamanda bireylerin genel yaşam doyumuna da katkıda bulunmak için yetenek yönetimi stratejilerine öncelik vermelidir. Günümüzün rekabetçi iş piyasasında yetenek yönetimi, kurumların en iyi

yetenekleri cezbetmesi ve elde tutması için elzemdir. Dahası, yetenek yönetimi stratejilerinin uygulanması ve etkin kullanımı bir kurumun performansını ve başarısını önemli ölçüde etkileyecektir. İşe alım, eğitim, kariyer gelişimi ve yedekleme planlamasını kapsayan kapsamlı yetenek yönetimi girişimlerine odaklanarak kurumlar; iş rollerinin ötesine geçme ve işletmenin genel başarısına katkıda bulunma olasılığı daha yüksek olan bağlı ve memnun bir işgücü yaratabilirler.

Çalışmada yetenek yönetimi uygulamalarının hem iş doyumunu hem de yaşam doyumunu etkilediği bulgulanmıştır. Çalışanlar mesleki gelişimlerinde kendilerine değer verildiğini, tanındıklarını ve desteklendiklerini hissettiklerinde, bu durum zihinsel ve duygusal doyumunu artırarak kişisel yaşamları üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Sürekli gelişim ve kariyer ilerlemesi kültürünü teşvik eden kurumlar, yalnızca yüksek vasıflı ve motive olmuş değil, aynı zamanda kurumun başarısına derinden yatırım yapan bir işgücü yaratabilecektir. Bu da çalışanların elde tutulmasını, üretkenliği ve inovasyonu artırarak kurumun genel başarısına ve uzun vadeli sürdürülebilirliğine katkıda bulunacaktır. Yetenek yönetimi özünde; kurumların mevcut kaynakları etkin bir şekilde kullanması, daha yüksek çalışan memnuniyeti elde etmesi ve başarıya ulaşması için çok önemlidir. Kurumlar, yetenek yönetimine öncelik vererek bireysel hedefleri, kurumun genel misyon ve vizyonla uyumlu hale getirebilirler.

Bu araştırma, havacılık sektöründe görev yapan yer hizmetleri çalışanları üzerinde yetenek yönetiminin iş doyumunu ve yaşam doyumunu üzerindeki etkilerini incelemiş ve yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanların hem işle ilgili tutumlarını hem de genel yaşam memnuniyetlerini anlamlı biçimde etkilediğini ortaya koymuştur. Araştırmanın bulguları, özellikle yer hizmetleri çalışanlarının ihtiyaçlarına ışık tutarak sektöre yönelik özgün ve uygulanabilir katkılar sunmaktadır. Araştırma, çalışanların yalnızca profesyonel performansları açısından değil, aynı zamanda bireysel refah düzeyleri bakımından da desteklenmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Araştırma bulgularının sonucunda havacılık sektörü yöneticilerine yönelik şu önerilerde bulunulabilir:

- Çalışanların ne yaparsam yapayım maaşıma zam alamıyorum anlayışını değiştirecek ücretlendirme politikalarının geliştirilmesi,
- Havacılık sektöründe maddi ödüle dayalı ödüllendirme sistemlerinin geliştirilmesinin sağlanması,
- Havacılık sektörüne yönelik eğitim yapan lise, ön lisans ve lisans programlarına yönelik yetenek avcısı programlarının geliştirilmesi,
- Havacılık sektöründe rol üstü davranış gösteren çalışanlara yönelik maddi-manevi ödüllendirmelerin iyileştirilmesi,
- Havacılık sektöründeki ödüllendirmelerde şeffaflık sağlanmasının işletme politikası haline getirilmesi,
- Havacılık sektöründeki ödüllendirme kriterlerinin ilgili taraflarca bilinmesinin sağlanması önerilebilir.

Bu öneriler doğrultusunda geliştirilecek insan kaynakları politikaları, sadece çalışan bağlılığı ve memnuniyetini değil, aynı zamanda sektördeki hizmet kalitesini ve sürdürülebilir başarıyı da artıracaktır. Bu çerçevede sunulan önerilerin kısa-orta-uzun vadeli biçimde sınıflandırılması da sektörel faydalar oluşturabilecektir. Aşağıda belirtilen kısa, orta ve uzun vadeli politika önerilerinin hayata geçirilmesi de, hem çalışan deneyimini hem de örgütsel verimliliği artıracaktır.

Kısa Vadede:

- Yetenekli çalışanların belirlenmesi ve gelişimi için yetenek envanteri çıkarılmalı ve çalışanların beceri haritaları güncellenerek yapılandırılmış kariyer yol haritaları oluşturulmalıdır.
- Geri bildirim mekanizmaları güçlendirilerek çalışanların görüşleri yönetsel kararlara entegre edilmelidir.
- Takdir ve teşvik temelli mikro ödüller, çalışan memnuniyetini artırmak üzere uygulanmalıdır.
- Esnek vardiya planlaması, çalışanların yaşam dengelerini destekleyecek biçimde yeniden düzenlenmelidir.

Orta Vadede:

- Kariyer gelişim programları tasarlanarak çalışanlara terfi ve gelişim fırsatları sunulmalıdır.
- İş doyumunu ve yaşam doyumunu gibi öznel refah göstergeleri düzenli olarak izlenmeli; çalışan destek sistemleri (psikolojik danışmanlık, esnek çalışma, stres yönetimi vb.) kurumsal düzeyde yapılandırılmalıdır.
- Nitelikli iş gücünü elde tutmaya yönelik stratejiler, prim ve performansla dayalı sistemlerle desteklenmelidir.

- Orta kademe yöneticilere yönelik dijital yetenek yönetimi eğitimleri verilmelidir.

Uzun Vadede:

- Kurum genelini kapsayan stratejik yetenek yönetimi politikaları oluşturulmalı ve bu politikalar iş-yaşam dengesi boyutunu da kapsayacak biçimde genişletilmelidir.
- İş ve yaşam kalitesini esas alan bir kurum kültürü oluşturulmalı, çalışan refahı stratejik öncelik haline getirilmelidir.
- İnsan Kaynakları analitiği altyapısı kurularak iş doyumu, performans ve devamsızlık gibi veriler dijital sistemlerle izlenmelidir.
- Çalışanların motivasyon ve takdir edilme ihtiyaçlarını karşılamaya dönük içsel doyumu güçlendiren sistemler kurulmalıdır.
- Sektör düzeyinde standartlar geliştirilerek çalışanlar için minimum yetkinlik ve refah kriterleri belirlenmelidir.

Sonuç olarak, yetenek yönetiminin kurumsal başarının artırılmasında önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Yetenek yönetimi, kurumsal performansı optimize etme sürecinin önemli bir yönünü temsil etmektedir. İşletmelerin en uygun rollerde, gerekli beceri ve yeteneklere sahip en uygun personele sahip olmasını sağlamaktadır. Bu da nihayetinde üretkenlik, yenilikçilik ve rekabet gücünün artmasıyla sonuçlanmaktadır. Ayrıca, kanıtlar etkili yetenek yönetiminin yüksek düzeyde çalışan bağlılığı ve memnuniyeti ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu da işten ayrılma oranlarında azalma ve örgütsel bağlılıkta artışla bağlantılıdır (Marinakou ve Giousmpasoglou, 2019). Genel olarak yetenek yönetimi hem bireysel hem de örgütsel başarının temel itici gücüdür. Bu nedenle, kurumların yetenek yönetimine stratejik bir hedef olarak öncelik vermeleri ve en iyi yetenekleri çekmek, geliştirmek ve elde tutmak için kapsamlı stratejiler uygulamaları önerilmektedir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Aliasah, M. W. S., Abdullah, Z. ve Shafee, S. (2020). The impact of the work-life balance on work engagement of non-academic employee in higher learning institutions in Malaysia. *Journal of Educational Administration Research and Review*, 4(1), 79-87.
- Alrawahi, S., Sellgren, S. F., Al-Touby, S. S. J., Alwahaibi, N. ve Brommels, M. (2020). The application of Herzberg's two-factor theory of motivation to job satisfaction in clinical laboratories in Omani hospitals. *Heliyon*, 6(9), e04829.
- Alrefaei, F. (2020). Job satisfaction: Analysis of the institute of public administration. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 8(12), 80-83.
- Appleton, S. ve Song, L. (2008). Life satisfaction in urban China: Components and determinants. *World Development*, (36), 11.
- Arisukwu, O., Olaosebikan, D., Asaleye, A. J. ve Asamu, F. (2019). Feeding habit and the health of undergraduate students: Evidence from Nigeria. *The Journal of Social Sciences Research*, 5(2), 498-506.
- Atlı, D. (2013). *Yetenek yönetimi*. Crea Yayıncılık.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

- Barney, J. B., Ketchen, D. J. ve Wright, M. (2021). Resource-based theory and the value creation framework. *Journal of Management*, 47(7), 1936-1955.
- Bayraktar, O. ve Aydın, N. (2024). Yetenek yönetimi, çalışan performansı ve iş tatmini ilişkisinin incelenmesi. *Journal of Economy Business & Management*, 8(1), 119-142.
- Bailey, C., Madden, A., Alfes, K., Shantz, A. ve Soane, E. (2017). The mismanaged soul: Existential labor and the erosion of meaningful work. *Human Resource Management Review*, 27(3), 416-430.
- Blau, P. (1986). *Exchange and power in social life* (2nd ed.). Routledge.
- Boz, D. (2022). Yetenek yönetiminin iş ve işletme performansına etkisi: Kütahya ili örneği. *EKEV Akademi Dergisi*, (92), 22-35.
- Brown, P. (2005). The evolving role of strategic management development. *Journal of Management Development*, 24(3), 209-222.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Eğitim Yönetimi Dergisi*, (32), 470-483.
- Cappelli, P. ve Keller, J. (2014). Talent management: Conceptual approaches and practical challenges. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 305-331.
- Chernyak-Hai, L. ve Rabenu, E. (2018). The new era workplace relationships: Is social exchange theory still relevant?. *Industrial and Organizational Psychology*, 11(3), 456-481.
- Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R. ve Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of Management Annals*, 11(12), 479-516.
- Çay, O. ve Aydın, B. (2020). Yetenek yönetiminin çalışanların iş tatminine etkisinde algılanan örgütsel desteğin düzenleyici rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 4022-4042.
- Dağlı, A. ve Baysal, N. (2016). Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59).
- Dahshan, M. E., Keshk, L. I. ve Dorgham, L. S. (2018). Talent management and its effect on organization performance among nurses at shebin el-kom hospitals. *International Journal of Nursing*, 5(2), 108-123.
- De Vos, A., Van der Heijden, B. I. J. M. ve Akkermans, J. (2020). Sustainable careers: Towards a conceptual model. *Journal of Vocational Behavior*, 117, 103196.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Dinçer, E. ve Kart, M. E. (2021). Örgüt kültürünün örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde yetenek yönetiminin aracılık rolünün incelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(4), 21-42.
- Duran, C., Boz, D., Behdioğlu, S. ve Kutlu, S. (2019). Yetenek yönetimi uygulamaları ölçeği geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 158-189.
- Fadhiela, K. ve Putri, V. W. (2023). The effect of harvest premiums on employee performance and job satisfaction of oil palm harvest employees AT PT. Socfindo Seunagan. *In International Journal of Social Science Educational Economics Agriculture Research and Technology (IJSET)*, 2(6), 108-118.

- Fave, A. D., Brdar, I., Wissing, M. P. ve Vella-Brodrick, D. (2013). Sources and motives for personal meaning in adulthood. *In The Journal of Positive Psychology*, 8(6), 517-529.
- Garcia, L. (2018). Re-storying the lives of famous individuals: A narrative inquiry. *In The Malaysian Journal of Nursing*, 10(1), 42-48.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014) *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (1.Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. ve Şahin F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe-yöntem-analiz* (3. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Güriş, S. ve Çağlayan, E. (2005). *Ekonometri* (2. Basım). Der Yayınları.
- Hu, J. ve Hirsh, J B. (2017). Accepting lower salaries for meaningful work. *Front. Psychol.*, 8, 2017.
- Johnson, R. (2023). *What makes or breaks employee satisfaction remains intact.* <https://www.glassdoor.com/research/satisfaction-drivers-remain-intact>
- Judge, T. A., Heler, D. ve Mount, N. K. (2002). Five factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis, *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 530-541.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (5.Baskı). Asil Yayın Dağıtım.
- Kompaso, S M. ve Sridevi, M S. (2010). Employee engagement: The key to improving performance. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 89.
- Kurt, D. O. ve Sağtaş, S. (2023). Yetenek yönetiminin çalışan performansı üzerine etkileri: Satış elemanları üzerine bir uygulama, *BMİJ*, 11(3), 1038-1057.
- Kuşlivan, Z. ve Kuşlivan, S. (2005). Otel işletmelerinde iş ve işletme ile ilgili faktörlerin işgören tatmini üzerindeki görece etkisi: Nevşehir örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 183-203.
- Leontev, M. (2018). Influence of construction organization project managers' personal qualities on their professional efficiency. *In MATEC Web of Conferences*, 193, 05015-05026. EDP Sciences.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* içinde, (s.1297-1343). Rand McNally.
- Magnier-Watanabe, R., Benton, C., Uchida, T. ve Orsini, P. (2019). Designing jobs to make employees happy? Focus on job satisfaction first. *Social Science Japan Journal*, 22(1), 85-107.
- Marinakou, E. ve Giousmpasoglou, C. (2019). Talent management and retention strategies in luxury hotels: Evidence from four countries. *In International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(10), 3855-3878.
- Matsusaka, J. (2001). Corporate diversification, value maximization, and organizational capabilities. *Journal of Business*, 74(3), 414.
- Maya, M., Soputan, G. J. ve Runtuwarouw, R. (2020). The influence of leadership styles and incentive on employee's work satisfaction in the production department of PT Toarco Jaya Tora. *International Journal of Applied Business and International Management*, 27-36.
- McDonnell, A., Hickey, C. ve Gunnigle, P. (2011). Global talent management: Exploring talent identification in the multinational enterprise. *European Journal of International Management*, 5(2), 174-193.

- Mızrak, F. (2023). Strategies for effective human resource management in the aviation industry: A case-based analysis. *Beykoz Akademi Dergisi*, 11(2), 82-109.
- Muhdar, H. M., Maguni, W., Muhtar, M., Bakri., B., Rahma, S. ve Junaedi, I. W. R. (2022). The impact of leadership and employee satisfaction on the performance of vocational college lecturers in the digital era. *Front. Psychol.*, 13, 895346.
- Nawawi, W. N. W., Fuza, Z. I. M. ve Patah, M. O. R. A. (2024). Crafting excellence: Insights in talent development in the hospitality industry. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 8(12), 2932-2941.
- Oliveira, C. D., Saka, M., Bone, L. ve Jacobs, R. (2023). The role of mental health on workplace productivity: A critical review of the literature. *Appl Health Econ Health Policy*. 21(2), 167-193.
- Parker, B. ve Chusmir, L. H. (1992). Development and validation of a life-success measures scale. *In Psychological Reports*, 70(2), 627-637.
- Phillips, D. R. ve Roper, K. O. (2009). A framework for talent management in real estate. *Journal of Corporate Real Estate*, 11(1), 7-16.
- Rice R. W., Frone M. R. ve McFarlin D. B. (1992). Work-Nonwork conflict and the perceived quality of life. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 155-168.
- Rizzo, C., Reynolds, I. ve Gallagher, H. (1981). Job satisfaction: A study of Sydney adults. *Australian Journal of Social Issues*, 16(2), 138-148.
- Sanchez-Burks, J., Brophy, D. J., Jensen, T., Milovac, M. ve Kagan, E. (2017). Mentoring in startup ecosystems. *Ross School of Business Paper*, 1376, 1-53.
- Schmitt, N. ve Pulakos, E. D. (1985). Predicting job satisfaction from life satisfaction: Is there a general satisfaction factor?. *In International Journal of Psychology*, 20(2), 155-167.
- Shahid, A. (2019). The employee engagement framework: High impact drivers and outcomes. *Journal of Management Research*, 11(2), 45-54.
- Shin, D. C. ve Johnson, D. M. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5, 475-492.
- Singh, A., Jones, D. B. ve Hall, N. (2012). Talent Management: A Research Based Case Study in the GCC Region. *International Journal of Business and Management*, 7(24), 94-107.
- Somarathna, K. U. S. (2020). An agent-based approach for modeling and simulation of human resource management as a complex system: Management strategy evaluation. *Simulation Modelling Practice and Theory*, 104, 102118.
- Song, J., Hong, M. K. ve Kolb, J. A. (2009). The effect of learning organization culture on the relationship between interpersonal trust and organizational commitment. *Human Resource Development Quarterly*, 20(2), 147-167.
- Stewart, J. (2008). Developing through talent management. *SSDA Catalyst*, 6, 1-14.
- Sypniewska, B. A. (2014). Evaluation of factors influencing job satisfaction. In contemporary economics, *Vizja Press & IT, Warsaw*, 8(1), 57-72.

- Şahin, Ö. (2015). *Yetenek yönetimi ve yenilik performansı ilişkisi: Konaklama işletmelerinde bir araştırma*, [Doktora Tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.
- Tabatabaee, T. A., Chenari, A. ve Afkaneh, S. (2021). Review of the systemic concept of intellectual capital and determining its practical implications in education. *IEEPJ*, 3(2), 207-214.
- Tarique, I. ve Schuler, R. S. (2018). A multi-level framework for understanding global talent management systems for high talent expatriates within and across subsidiaries of MNEs: Propositions for further research. *Journal of Global Mobility*, 61(1), 79-101.
- Turner, S., Utley, D. R. ve Westbrook, J. D. (1998). Project managers and functional managers: A case study of job satisfaction in a matrix organization. *Project Management Journal*, 29(3), 11-19.
- Ulrich, D., Michael, L. ve Gerry, L. (1997). *Tomorrow's hr management*. John Wiley & Sons Inc.
- Veenhoven, R. (1996). Happy life-expectancy: A comprehensive measure of quality-of life in nations. *Social Indicators Research*, 39, 1-58.
- Vieira, H. (2017). *Work improves general happiness, but are you happy while you work?* <https://blogs.lse.ac.uk/businessreview/2017/02/08/work-improves-general-happiness-but-are-you-happy-while-you-work/>
- Virgana, V. (2021). The effect of job performance through organizational culture, work environment, personality, and motivation. *JMK*, 22(2), 87-98.
- Wandhe, P. (2016). An insights on talent management and its prospects. *Ohio State University, Fisher College of Business Research Paper Series*, 1-14.
- Wright, J. D. M. ve Hamilton, R. F. (1978). Work satisfaction and age: Some evidence for the “job change” hypothesis. *In Social Forces*, 56(4), 1140-1158.
- Yoon, J. ve Thye, S. R. (2002). A dual process model of organizational commitment: Job satisfaction and organizational support. *Work and Occupations*, 29(1), 97-124.

6 ŞUBAT DEPREMLERİNDE SOSYAL YARDIMLARA YÖNELİK KRİZ İLETİŞİMİ ARAŞTIRMASI: KAHRAMANMARAŞ İLİ ÖRNEĞİ*

RESEARCH ON CRISIS COMMUNICATION FOR SOCIAL AIDS IN THE 6 FEBRUARY EARTHQUAKES: THE EXAMPLE OF KAHRAMANMARAŞ PROVINCE

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Betül TANRIVERDİ¹

ÖZ

Araştırmanın teorik çerçevesi sosyal sermaye kuramına dayanmakta olup fenomenolojik desen kullanılmıştır. Çalışmanın amacı, deprem sonrası sosyal yardımlaşma ve dayanışmalarda kriz iletişim yöntemlerini ele almaktır. Araştırma desenine göre, çalışmanın örneklem grubunu, Kahramanmaraş'taki Konteyner Kentte yaşayan depremzedeler oluşturmuştur. Veriler Max Van Manen'in ve Linda A. Bliss'in tekniklerine göre tematik analiz sonuçlarından elde edilmiştir. Bu temalar deprem afetinde temel ihtiyaçlar katmanı, ev geçimi ve eğitim sorunları, kriz dayanışmasında kolektif bilinç, kriz dayanışması sapması eksenslidir. Deprem sonrasında sosyal yardımlaşma ve dayanışma ruhunun güçlendiği görülmüş; aynı zamanda maddi sosyal yardımların dağıtımında koordinasyon eksiklerinin olduğu tespit edilmiştir. Afetten etkilenen bölgenin kapsamlı oluşu, afetin koordinasyonunu zorlaştırmıştır. 6 Şubat depremlerinde sosyal yardımların yağmalandığı görülmüş; vandalizm davranışlarına da rastlanılmıştır. Bu nedenle afetlerde ihtiyaç sahipleri sosyal yardımlara erişmeye temkinli davranmışlardır. Deprem bölgelerinde bir yandan maddi iyileştirmeler, gelişmeler olurken; diğer yandan depremzedelerin temel geçim kaynağına, barınmaya ve alt yapıya olan talepleri devam etmektedir. Afetzedelerin, depremden sonra hayatta kalmaya dair önemli krizler yaşadıkları; bu krizleri sosyal yardımlaşma ve dayanışmayla çözmeye çalıştıkları görülmektedir. 6 Şubat krizinin sonuçları, Türkiye'deki depremlerde yaşanan kriz iletişiminin görünürlüğü açısından önem ifade eder. Bulgular, yaşanacak depremlerin gelecekteki muhtemel etkilerinin anlaşılmasına da ışık tutar.

Anahtar Kelimeler: Deprem, Kriz Dayanışması, Koordinasyon, Yağmalama, Yoksulluk.

JEL Sınıflandırma Kodları: Z18, S54, L31, B30, J28.

ABSTRACT

The theoretical framework of the study is based on social capital theory, and a phenomenological design was employed. The aim of the study is to examine crisis communication methods in social assistance and solidarity after an earthquake. According to the research design, the sample group consisted of earthquake victims living in the Container City in Kahramanmaraş. Data were obtained from thematic analysis results according to the techniques of Max Van Manen and Linda A. Bliss. These themes are centred on the basic needs layer in the earthquake disaster, livelihood and education problems, collective consciousness in crisis solidarity, and crisis solidarity deviation. It was observed that the spirit of social solidarity and cooperation strengthened after the earthquake; at the same time, coordination deficiencies were identified in the distribution of material social assistance. The extensive nature of the affected area made coordination of the disaster response difficult. Looting of social aid was observed during the 6 February earthquakes, and acts of vandalism were also encountered. Consequently, disaster victims in need were cautious about accessing social aid. While material improvements and developments are taking place in the earthquake-affected areas, the demands of earthquake victims for basic livelihoods, shelter, and infrastructure continue. It has been observed that disaster victims experienced significant crises related to survival after the earthquake and attempted to resolve these crises through social assistance and solidarity. The consequences of the 6 February crisis are significant in terms of the visibility of crisis communication experienced in earthquakes in Turkey. The findings also shed light on understanding the potential future effects of earthquakes.

Keywords: Earthquake, Crisis Solidarity, Coordination, Looting, Poverty.

JEL Classification Codes: Z18, S54, L31, B30, J28.

* Bu çalışma için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulundan 2024/ 21 ve 20.03.2024 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, abetultanriverdi@cumhuriyet.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Although Türkiye is located in a large seismic zone, earthquake preparedness, awareness and training are not enough. Before the February 6 earthquakes, although many earthquakes of 6 or higher magnitude occurred, it can be said that there was a shortage of safe housing throughout the society (Jalali, 2002). For these reasons, it is important to address how earthquake survivors make sense of institutional support, social assistance and solidarity within the scope of disaster experiences in short and long-term crises after the February 6 earthquakes. The main research question is “How earthquake survivors make sense of their experiences regarding crisis management after the disaster?”. This study is important for predicting crises in earthquakes that are likely to occur in the future, managing the crisis better, and understanding the perspective of earthquake survivors. In the literature review on the subject, it is seen that the studies are limited and the research is expected to fill the gap in the literature. The study aims to understand the crisis experiences after the earthquake, to see the current situation and to follow the developments.

Design/methodology/approach:

The sample of the study consists of 12 adult earthquake survivors aged 19-65 living in a container city in Dulkadiroğlu district of Kahramanmaraş, the epicenter of the earthquake. Phenomenology design is used in the study and face-to-face interviews are conducted in the data collection technique. In the study, a semi-structured interview form is prepared by the researcher to understand the earthquake survivors' reactions to their access to social assistance after the earthquake, their reactions to which institutions or NGOs they received support from, their interactions in solidarity and their experiences in meeting their basic needs. Phenomenology as a case study does not necessarily mean contributing to knowledge, but it does mean making the theoretical framework more accessible, concrete and understandable. In the data analysis technique, phenomenological data are analyzed thematically. While analyzing the data; interpretative phenomenology is adopted.

Findings:

Regarding the sub-research question “What did the earthquake victims go through to meet their basic needs and how did they help each other?”, the phenomenon of experiences related to basic needs came to the fore. In the first days after the earthquake, earthquake survivors had difficulties in meeting their basic needs such as medical, cash, food, clothing; they especially experienced infrastructure problems such as medicine supply, water and electricity. In the first days of the disaster, they were unable to meet their basic needs such as life safety, shelter, food and drink, and had difficulty in receiving aid; later they were able to meet their needs with the support of their relatives and aid trucks coming from different cities. Regarding the sub-research question “What did the earthquake victims experience in their problems related to social life and how did they solve them?”, the phenomena of economic, educational and employment status came to the fore. Most of the participants state that their economic and educational situation was bad, they were unemployed and could not continue their education. Some of them still live in container houses, cannot find a job and make a living with the support of their families. For the sub-research question “From where did the earthquake victims receive institutional assistance?”, the phenomenon on social assistance from institutions and their adequacy stands out. Participants express inequalities, delays and inadequacies in the distribution of aid from AFAD, Red Crescent, political parties and other institutions. It is emphasized that many people have lost their lives due to this inadequacy. Problems such as political discrimination in the distribution of aid, donation tents being sold for money, and some organizations requiring membership as a condition for prioritizing aid come to the forefront in the views of earthquake survivors. Earthquake survivors state that they did not receive sufficient support from state institutions, and that aid mostly came from private organizations and neighboring countries. Some participants tried to rescue their relatives trapped under the rubble with their own means, but they were not successful. “How earthquake victims experienced security problems and how they took precautions” In the comprehensive sub-research question, the phenomena of accessibility to social assistance and thoughts against looting; the phenomena of crime and security risks are obtained. Aid trucks were blocked, their contents were stolen and looted, and they were hijacked by hoarders. It is stated that after the earthquake, the moment of crisis was turned into an opportunity by malicious people. There have been incidents of theft such as breaking into houses and stealing belongings, kidnapping people from hospitals, armed conflicts and attempted murder.

Conclusion and Discussion:

The findings reveal the problems experienced in daily life after the February 6 earthquakes. In individuals who come together within the scope of a common purpose and thought, shared feelings and thoughts have created a community spirit and ensured group solidarity (Aydemir, 2011, p.40). The fact that the disaster caused destruction in a wide area in Türkiye has made crisis management difficult, and it is seen that a spontaneous spirit of solidarity has been displayed in addition to institutional and civil society support. Disaster awareness activities should raise public awareness. It is important to convey this with scientific evidence that the public can understand. Trainings to be provided can contribute to the disaster preparedness and readiness of the society.

1. GİRİŞ

6 Şubat 2023'te Türkiye tarihinin kaydedilen en büyük depremi olmuş, binlerce insan yaşamını yitirmiş, yüz binlerce bina yıkılmış veya ağır hasar alarak kullanılamaz hale gelmiştir. Alt yapı, erişim engeli, iletişim kısıtlılığı, yağmalama ve hırsızlık gibi güvenlik sorunları, yaşanan olumsuzlukların başında gelmektedir (Köseoğlu, 2015, s.11). Bu olumsuzluklar, zayıf koordinasyon, güvenlik zafiyetleri ve sosyo- ekonomik yoksulluk gibi krizlerin merkezine çekilmekte ve afetin kriz yönetimini zorlaştırmaktadır.

Depremler önceden tahmin edilememekte, depremden sonra teknik, toplumsal ve psikolojik alanlardan geniş bir müdahale gerektirmektedir. Deprem gibi kitlesel afetlerin kriz yönetimi yöneticilerin sorumluluğunda olmakta; deprem krizine yönelik etkili bir politika oluşturmak, riskin nasıl algılandığını ve bilgi kaynaklarını neyin belirlediğini tespit etmek afet yönetiminde önemli rol üstlenmektedir (Tekeli Yeşil, vd., 2020). Deprem sonrası etkiler, hukuki olarak idarecilerin sorumluluğundadır. Meydana gelen depremlerin etkilerinden yöneticilerin sorumlu tutulduğu söylenebilir. Olayları gerçekleştikten sonra değil, olmadan önce maddi ve manevi zararları öngörüp tedbir almak ve önlemek her zaman hayati ve daha az maliyetli olmaktadır (Akgül, 2023).

Afet, özellikle ekonomik ve insani kayıplar noktasında önemli bir politik konu (Alshehri vd, 2016) olmanın yanı sıra afet deneyimi zayıf olan toplumlarda, toplumsal önlemler almak, farkındalık geliştirilmek, insanları tedbir almaya ikna etmek kolay olmamaktadır (Vicente, 2014). Depreme karşı farkında olmak, hazırlık yapmak esasında toplumların eğitim düzeyiyle ilişkilidir. Deprem eğitimlerine katılan bireylerde daha yüksek farkındalık bulunmakta, deprem riski hakkındaki bilgiye ve algıya sahip olunmasını sağlamaktadır (Yıldız, vd.,2020).

Türkiye geniş bir sismik bölgede bulunmasına rağmen, depreme yönelik hazırlık, farkındalık ve eğitimler yeterli düzeyde değildir. 6 Şubat depremlerinden önce, birçok 6 ve üzeri deprem meydana gelmesine rağmen, toplum genelinde güvenli konut sıkıntısı yaşandığı söylenebilir (Jalali, 2002). Bu gerekçelerde 6 Şubat depremleri sonrasında yaşanan kısa ve uzun süreli krizlerde depremzedelerin afet deneyimleri kapsamında, kurumsal destekleri, sosyal yardımları ve dayanışmayı nasıl anlamlandırdığının ele alınması önem arz etmektedir. Temel araştırma sorusu "*Depremzedelerin afet sonrasındaki kriz yönetimlerine yönelik deneyimlerini nasıl anlamlandırdıkları*" üzerinedir. Yapılan araştırma gelecekte yaşanma ihtimali olan depremlerde krizleri önceden tahmin etmek, krizi daha iyi yönetmek, depremzedelerin bakış açısını anlamak adına önemlidir. Konuyla ilgili yapılan literatür taramasında çalışmaların kısıtlı olduğu görülmekte olup araştırmanın literatürdeki boşluğu doldurulması beklenmektedir.

2. DEPREM SONRASI KRİZ İLETİŞİMİNDE DAYANIŞMA KURAMI

Toplumdaki düzenin devamı için tüm unsurları işlevini yerini getirmeli; büyük deprem gibi afetlerde afet krizinin yönetilmesinde yetkililer başta olmak üzere toplumun tüm unsurlarının sorumluluk üstlenmesi gerekmektedir. Toplumlara bir arada tutan dayanışma ruhu olup Durkheim'in mekanik dayanışmasına göre toplumlara '*biz*' yapan ortak yaşamıdır. Organik dayanışmada ise toplumsal ilişkiler "*iş bölümüyle*" gerçekleşir (Zencirkıran, 2016, s. 37-38). Büyük bir depremin yarattığı derin kriz korkuya, paniğe, işsizliğe, kriz odaklı bir yaşama ve sınırlandırıcı bir etkiye neden olmaktadır (Keskin, 2020, s.15). Afetin bu olumsuz etkileri, dayanışma gerektirerek krize yönelik biz duygusuna ihtiyacı ortaya çıkarır. Afette kriz iletişiminde dayanışmanın yeri, depremzedelere nasıl sosyal yardım götürüldüğü ve birliktelik ruhunun ön plana çıkarıldığı bağlamlarında önemlidir (Drury vd. 2016).

Depremi fiziksel olduğu kadar psikolojik, duygusal, ekonomik sonuçları bulunur. Depremlerin etkileri yalnızca yaşanan şehirle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bölgesel, sosyal ve ekonomik bakımdan irtibatla olduğu diğer şehirleri de olumsuz etkiler (Kaygalak, 2023). Depremzedelerin ruh sağlığı hizmeti, iş bulma, göç etme, maddi ve tıbbi hizmet alma hususlarında yardıma ihtiyaçları olması çevre illerin de sorumluluk almasına neden olmaktadır (Allen, vd. 2016).

Sosyal dayanışma afette mücadelenin bir parçası olup afetin yaralarını sarmada toplumsal bir role sahiptir. Hem afet öncesinde hem de afet sonrasında depremzedelerin iyilik halinde ve ekonomik kalkınmasında '*sosyal sermaye*' kuramı büyük etkindir (Xiang, vd. 2021). Depremlerde her ne kadar fiziksel ve ekonomik kaynaklar zarar görse de sosyal sermayenin yenilenebilir özelliği sayesinde sosyal ve insani yönü dinamik kalır. Bilhassa, büyük depremlerde sosyal dinamiklerin kullanımı ve toplumsal bakış açısında etken bir sosyal kapasite bulunur. Sosyal dayanışma, maddi olmayan kültürel bağlar toplumsal dayanıklılığı sağlayarak depremin sonuçlarıyla başa çıkmada rol oynar. Yerel halkın dayanışma ruhu ve iş birliği, afetten etkilenen yöreden tahliye olmayı kolaylaştırması ve sosyal destek mekanizması birer kültürel bağdır (Moreno, 2018).

Depreme hazırlık noktasında, toplulukların deneyimi güçlü bir motivasyon olmasının yanı sıra, afetin sonuçlarının anlaşılmasına destek olmak, farkındalık geliştirmek, duygularını ve hislerini etkilemek gibi unsurlarla toplulukların afet noktasında birbiriyle etkileşime geçmesine fırsat tanır (Becker, vd., 2017). Afete hazırlıkta eğitim düzeyi, evin konumu, arama ve kurtarma, toplumsal dayanışma önem arz eder. Arama, kurtarma ve dayanışma kapsamında süreci idare edenlerin yaşı, ekonomik durumu ve eğitim düzeyi gibi özellikler ön plana çıkar (Tekeli Yeşil vd. 2010). Depremden sonra hayatta kalanlarda fedakârlık, özveri ve iş birliği içinde acil duruma müdahale edilir. Mevcut dayanışmada, kurumların ve sosyal ağların yetersiz kaldığı görülebilir. Acil durumlarda kurumların ve STK'ların yetersiz olması kalabalıkların kendiliğinden bir araya gelmesine ayrıca olanak tanır (Schrauf ve Victoria Rodríguez, 2024). Bu durum kriz anında kalabalıkların kendiliğinden bir araya gelmesi ve dayanışma ruhunu oluşturması Türk toplumunun önemli bir sosyal sermayesidir. Eğer bir toplum büyük zararlar ve çevresel yıkımlar yaşamasına rağmen ayakta kalıyorsa sürdürülebilir bir gelişme kat ediyordur (Jalali, 2002). Afetlerden sonra sosyal desteklerin bireylerin problemlerini çözmede tampon görevi gördüğü, yaşam kalitesini artırdığı görülmektedir (Kıraç, 2024).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Problemi ve Amacı

Depremzedelerin afet sonrasındaki kriz yönetimlerine yönelik deneyimlerini nasıl anlamlandırdıkları araştırılmaktadır. Bu doğrultuda aşağıdaki alt araştırma soruları belirlenmiştir:

- Depremzedeler temel ihtiyaçlarını nasıl karşılamış ve yardımlaşmışlardır?
- Depremzedeler kurumsal olarak nerelerden yardım almışlardır?
- Depremzedeler sosyal hayata yönelik sorunlarında neler yaşamış, nasıl çözmüşlerdir?
- Depremzedeler güvenlik problemlerini nasıl deneyimlemiş, nasıl önlem almışlardır?

Afetzedeler depremlerde büyük bir travma yaşamış; altı aydan sonra kademeli olarak travmalarını atlatmaya başlamışlardır. Bu araştırma depremlerin bir buçuk sene sonrasını kapsamakta; meydana gelişmelerin takip etmeyi, depremzedelerin yaşadığı kriz deneyimlerini anlamayı, mevcut durumu gözlemlemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda depremde sonra temel ihtiyaçların nasıl karşılandığının, nasıl yardımlaşıldığının, alınan kurumsal desteklerin niteliğinin nasıl olduğunun anlaşılması amaçlanmaktadır. Temel ihtiyaçların ve sosyal yardımların erişilebilirliği depremzedelerin gündelik hayata dönmesi adına önem arz eder. Afetzedelerin sosyal yaşamlarındaki sorunlarının neler olduğunun ve nasıl çözüldüğünün tespiti; yaşanan güvenlik problemlerinin nasıl deneyimlendiği, deneyimleyen kişilere göre nasıl önlemlerin alındığı araştırılmıştır. Bu hedefler doğrultusunda 6 Şubat depremleri sonrasında afetzedelerin mevcut algısı ele alınmıştır.

3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu

Çalışmanın örnekleme depremin merkez üssü Kahramanmaraş'ın Dulkadiroğlu ilçesindeki konteyner kentte yaşayan, 19-65 yaş grubundaki yetişkin 12 depremzededen oluşmaktadır. Katılımcılar evlerinin yıkılması ya da ağır hasar alması nedenleriyle konteyner kentte yaşamaktadırlar. Olasılığa dayalı olmayan örneklem türünden amaçlı örnekleme tercih edilmiş, örneklem grubunda cinsiyet bakımından yarısı erkek yarısı kadın şeklinde kota örnekleme belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme, çalışma grubunun araştırmanın amacına göre belirlenen örnekleme türüdür. Kota örnekleme ise seçilen örneklemin kotalarla belirlendiği örnekleme türüdür (Coşkun, vd., 2017, s.149). Cinsiyet farklılığı yakalayabilmek için kadın ve erkek sayısının eşit olmasına çalışılmıştır. Nitel araştırma yönteminde 6-24 arasında örneklem yeterli bulunmaktadır (Guest vd., 2006). Toplamda 15 kişiyle görüşme yapılmış yetersiz veriler iptal edilmiş, 12 görüşme formu değerlendirilmeye alınmış; her bir görüşme yaklaşık 50 dakika sürmüştür. Yapılan görüşmede çalışmanın problemine ve amacına göre bulgulardaki görüşmecilerden elde edilen ifadeler farklılıkları, tekrarları bakımından denetlenebilirlik sağlamaktadır. Katılımcılar K1, K2 şeklinde, cinsiyetler E veya K, yaş ise örneğin 50 rakamıyla parantez içinde gösterimlerle sunulmuştur.

3.3. Araştırma Deseni ve Veri Toplama Süreci

Çalışmada fenomenoloji deseni kullanılmakta olup veri toplama tekniğinde yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel problemine uygun olarak belirlenen fenomenoloji deseni, ortak deneyime sahip bireyleri üzerine araştırma yapar; bu deneyimlerin benzer ve farklı yönlerini vurgular. Fenomenolojik çalışma nitel araştırmalarda kullanılmakta olup birkaç kişinin yaşam deneyimine yönelik fenomeni ele alır. Fenomenoloji

olguyu tanımlamakta kalmaz, aynı zamanda yaşanan deneyimlerin anlamlarını detaylı bir şekilde yorumlar (Creswell, 2013). Çalışmada araştırmacı tarafından yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış depremzedelerin depremden sonra sosyal yardımlara erişimlerine, hangi kurumlardan veya STK'lardan destek aldıklarına yönelik tepkileri, dayanışmada etkileşimleri ve temel ihtiyaçlarını karşılamalarına yönelik deneyimleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Bir vakanın örneği olarak fenomenoloji, her ne kadar bilgiye katkı sunma anlamına gelmese de teorik çerçeveyi, daha fazla erişilebilir, somut ve anlaşılabilir kılma anlamına gelir (Van Manen ve Van Manen, 2021). Fenomenolojik desende, görüşmecilerin yaşam dünyası (*lifeworld*) keşfedilmeye çalışılır. İçinde yaşanan mekâna verilen tepkiler, yaşanan sürecinin nasıl deneyimlendiği, öznel arasındaki etkileşimin nasıl olduğu, fiziksel etkileşimlerin nasıl deneyimlendiği ele alınır (Bliss, 2016).

Görüşmeler 2024 Temmuz-Ekim ayları arasında konteyner kentte gerçekleştirilmiştir. Veri toplanan tarihten günümüze kadar her ne kadar afet alanında gittikçe iyileşme olsa da bulgular yaşanan süreçlerin ve günümüze etkilerinin anlaşılmasına ışık tutar.

Görüşmeciler konteyner kentteki yaşamlarını anlatırken, araştırmacı depremzedelerin deneyimlerini anlamak için empati yapmıştır. Veri toplama ve görüşme sürecine açık fikirlilik gerektiğinden dolayı (Smith, vd., 2009), araştırmacı şüphelerini ve ön kabullerini rafa kaldırmıştır. Görüşmelerin yüz yüze ve yerinde yapılması, katılımcıların seçimini kolaylaştırmış, katılımcılar gönüllülükle katkı sunmuş, açık yüreklilikle cevap vermiştir. Bu sayede fenomenoloji deseninde benimsenen yorumlayıcı yaklaşım, verilerin zengin ve doğru bir şekilde toplanmasına olanak tanımıştır (Alese, 2017). Araştırma Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kuruluna göre, 20.03.2024 tarih, 2024/ 21 karar sayısıyla oy birliğiyle kabul edilmiştir. Dulkadiroğlu Kaymakamlığı'nın 04.04.2024 tarihli resmi üst yazılı desteğiyle konteyner kentlerde görüşmeler gerçekleştirilebilmiştir.

3.4. Veri Analiz Süreci

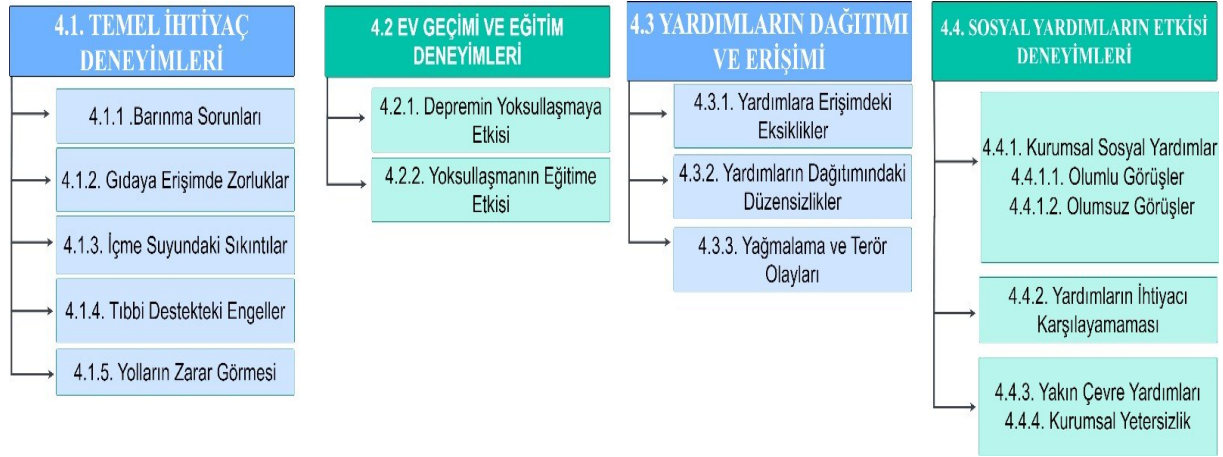
Veri analiz tekniğinde, fenomenoloji veriler tematik olarak analiz edilmektedir. Veriler analiz edilirken; yorumlayıcı fenomenoloji benimsenmektedir. Burada yaşanan deneyimlerin bozulmadan, yargılamadan aktarılmasına fırsat tanır; veriler analiz edilirken anlamlı, tekrar eden temalar halinde bir araya getirilerek kodlanır. Bu sayede veriler derinlemesine anlaşılır, yorumlanır, anlamlandırılır. Ortak olguları yaşamış kişilerin deneyimleriyle olgular keşfedilmeye çalışılır (Alese, 2017). Araştırmacının veri analizindeki rolü, konunun bağlamsal analizine odaklanması, olguların altındaki nedenleri araştırması ve altında yatan nedenleri açıklamaya çalışmasıdır (Wu ve Wu, 2011).

Araştırmacı elde ettiği olguları tekrar tekrar gözden geçirmiş, katılımcı yanıtlarındaki cümleler ve kelimelerden yola çıkarak ortak temaları belirlemiştir. Bu sayede katılımcıların sözlü ifadelerine, hali hazırda psikolojik durumlarına empatik, anlamacı yaklaşmıştır (Alese, 2017). Bu durum araştırmacı için yoğun bir emek anlamına gelerek verilerin içeriği duygusal bakımdan zorlayıcı olmuştur.

Verilerin analizinde tematik analiz tercih edilmekte olup Maxqda 2020 programına göre kavramsal modelinin kodlanmasından, tematik analizinden ve bulguların yorumlanmasından oluşmaktadır. Tematik analiz anahtar kelimelerin, alıntılarını seçimini, bulguların kodlanmasını, ardından temaların sunumunu, yorumlamayı ve kavramsal modelin geliştirilmesini içerir (Naeem vd. 2023). Araştırmanın kavramsal modeli araştırmacı tarafından hazırlanmış olup ismi "*Deprem sonrasında afetzedelerin yaşadığı temel ihtiyaç ve yardımlara yönelik krizler*" şeklindedir. Modelin görseli Şekil 1'de sunulmaktadır. Araştırmanın tematik analiz süreci altı aşamadan oluşmaktadır. Buran ve Clarke'ın (2022) ifadesiyle: "Verilere aşına olma ve potansiyel ilgili öğeleri belirleme, başlangıç kodlarının oluşturulması, temaların araştırılması, potansiyel temaların gözden geçirilmesi, temaların tanımlanması ve adlandırılması, son olarak raporun üretilmesi" süreçlerinden oluşur. Birinci aşamada, potansiyel öğeler belirlenmiş, başlangıç temalar oluşturulmuştur. Blisse göre (2016) bu aşama, görüşmecilerin deneyimlerine yönelik fenomenlerin araştırmacının şüphelerini mümkün olduğunca askıya alarak tanımladığı süreçtir. İkinci aşama başlangıç kodlarının oluşturulmasıdır. Bliss'e (2016) göre burada önemli ifadeler listelenir, katılımcıların deneyimlerine eş değere sahip olabilecek ifadeler düşünülür. İfadeler burada tekrar etmemelidir. Üçüncü aşamada ise temalar araştırılır. Buran ve Clarke (2022)'in ifadeleriyle kodlama taslağından yola çıkarak uygun temalar araştırılır. Buna göre depremden sonra yaşanan kriz deneyimine yönelik oluşturulan kodlar uygun temalara dönüştürülmüştür. Bliss'e (2016) göre bu aşamada, önemli ifadelerden yola çıkarak büyük anlamlı temalar oluşturulur. Dördüncü adımda ise, potansiyel temalar gözden geçirilir. Bliss'e (2016) göre burada, araştırmacı kelime örnekleri kullanarak, katılımcıların yaşadığı deneyimlere göre metin açıklaması yazmalıdır. Beşinci adımda

tematik tanımlara ve kavramlara göre nihai sonuçlara ulaşılır. Bliss'e (2016) göre bu kısımda katılımcının deneyiminin gerçekleştiği ortam ve bağlama göre inşa edilir. Analizin sonuncu kısmında, Buran ve Clarke'a (2022) göre, seçilen, alıntı yapılan veriler doğrudan seçilen örneklerle raporlaştırılır, araştırma soruları ve alan yazınla ilişkilendirilir. Naeem'e (2023) göre veriler burada ayrıca özgün bir diyagramla temalar sunulur. Bliss'e (2016) göre son kısımda, katılımcıların deneyiminin özüne erişilir, olgular bağlamı içinde metinsel ve yapısal açıklamalarda bulunur. Buna göre Şekil 1'de tematik analize dayalı kavramsal model sunulmaktadır.

Şekil 1. Deprem Sonrasında Afetzedelerin Yaşadığı Temel İhtiyaç ve Yardımlara Yönelik Krizler



4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Temel İhtiyaçlara Yönelik Deneyimler

4.1.1. Barınma Sorunları

Görüşmeciler depremde evlerini kaybetmiş, barınma sorunu yaşamış, bu nedenle sosyal yardım almışlardır. Katılımcı K1, evlerinin kullanılamayacak hale gelmesinden dolayı il değişikliği yaptıklarını belirtmiştir.

“Şu an hala kötü durumdayız, konteynerde yaşıyoruz. Ev yıkılmadı ama sadece kolonlar ayakta. Duvarlar tavan hep patladı. Üzerimize düştü, haliyle ilaçlarda kullanılmayacak duruma geldi. Baya bir süre dışarda kaldık. Daha sonra da Van’a akrabalarımızın yanına gittik. İhtiyaçlarımızı orada karşıladık.” (K1, 23, E.)

K8 kodlu katılımcı, depremde canlarını zor kurtardıklarını, birinci dereceden yakınlarından destek aldıklarını, evlerindeki eşyaların zarar gördüğünü, ardından çadırda yaşamaya başladıklarını belirtmektedir.

“Deprem anında hiçbir aklımıza gelmedi canımızı zor kurtardık. Binadan aşağıya indik. İçerisinde doğru düzgün bir şey yok. Son sarsıntıdan olduktan sonra oğlum yukarı çıktı, battaniye alıp geldi. Onu üstümüze aldık. Sonra oğlum beni kayınvalidesinin evine götürdü. Evine bir şey olmamış çok şükür. Temel ihtiyaçlarımızı orada sağladık. Sağ olsun üstümüze giyecek verdi, yemek verdi ilgilendi bizimle. Oradan önce biz iki gün arabanın içinde kaldık. Sonra sallantılar durmadı, çocuklarım aldı hepimizi üniversitede çadır kurdular. Orada topladılar. Beni çadırın içine koydular. Hiçbir şey yok. Ben hastayım lavabomu tutamıyorum. Bir insan her şeyden önce ne ister kızım? Sağlık. Onu bile gözümüz görmedi. Ne yeme, içme, barınma ne de can güvenliğimiz vardı.” (K8,54, K.)

K5 konteyner evde yaşamının zorluklarına değinmekte, kötü bir yaşam tarzında olduklarını şöyle ifade etmektedir:

“Evet, halimize şükür ama şükrediyoruz diye de elimizde olanda alınmaz. Halkını bu denli aç bırakmazsın. Hele ki deprem yaşayıp her şeyini kaybetmiş birinin. Neymiş konteyner vermiş, gel de sen yaşa böyle yerde. Çekilen rezillik halkını böyle mağdur etmemeli.” (K5, 23, E.)

K6 kodlu katılımcı depreme sömestr tatilindeyken yakalandığını belirtmiştir. Evlerinin yıkılmadığını, ancak dolapların ve gıdaların zarar görmesinden dolayı beslenme konusunda sorun yaşadıklarını, bir hafta boyunca iştahının kesildiğini, üç hafta sonra gelen sosyal yardımlarla yemek ihtiyaçlarını karşıladıklarını ifade etmiştir.

“Ben üniversite öğrencisiyim. Şehir dışında okuyorum, deprem sömestr tatiline denk geldi. Tüm eşyalarım yurttaydı ama evde de kıyafetim vardı. Depremde evimiz yıkılmadı çok şükür. O yüzden eşya konusunda sorun yaşamadım. Evimiz müstakil ama yine de korkuyorduk girmeye, dışarda kaldık hep.” (K6, 22, K.)

K2 kodlu katılımcı evlerinin yıkılmadığını ancak ailesini güvene aldıktan sonra, diğer insanlara yardım etmek için harekete geçtiklerini, yemek sorununu ekiple çözdüklerini anlatmıştır.

“Bizim evimiz yıkılmadı. O Yüzden ihtiyaç duyacağımız bir şey olmadı. Ben ve kardeşim kendi ailemizi güvene alıp diğer insanlara yardıma gittik.” (K2, 19, E.)

Fakat K5 kodlu katılımcı evlerinin hasar durumunun görevliler tarafından kontrol edildiğini ancak hasar kontrolünün yetersizliğinden kaynaklı, güven duymadığını ifade etmektedir. İlk günlerde temel ihtiyaç yardımı almışlar, ardından kendi imkânlarıyla toparlanmışlardır.

“Alt yapı konusunda bizim ev için sağlam dediler, bir sıkıntı yok dediler ama bilemiyorum. Depremden sonra hasar kontrolü için geldiler ama çok baştan sağma gibi oldu. Ben güvenemiyorum. Bu konuda ileri de sorun yaşayacağımızı düşünüyorum. Temel ihtiyaçlar için ilk birkaç gün yardımdan faydalandık, eve çıkamadık çünkü daha sonra kendi kendimize toparladık.” (K5, 23, E.)

Depremzedeler kendi imkânlarıyla ve sosyal desteklerle barınma sorunlarını çözmüşlerdir. Bu durum Marx’ın (1992) ifadesiyle sınıfsal etkilere sahiptir. Yoksul bireyler çadırlarda daha uzun süre barınırken; göreceli olarak sosyo-ekonomik düzeyi iyi olan kişiler kalıcı yerlerine taşınmışlardır. Depremde evleri yıkılmayan depremzedelerin ise dayanıklı bir yapıda oturdukları bu durumun da refah düzeyiyle ilgili olduğu belirtilebilir.

Bazı depremzedeler sosyal dayanışma ile mevcut krizleri çözmüşlerdir. Bu durum sosyal sermayenin deprem krizinin çözülmesinde hayati rol üstlendiğini gösterir. Bourdieu’ya (1986) sosyal sermaye, bireylerin sahip olduğu sosyal destek mekanizmaları kolektif dayanışma ruhu kazandırarak kriz anında temel ihtiyaçlarına erişimini kolaylaştırır. Ayrıca Durkheim’e (1997) göre bu durum kolektif bilinç ile de ilgili olup bu bilinç bireylerde ortak değer, toplumsal dayanıklılık ve toplumsal direnç kazandırmaktadır.

4.1.2. Gıdaya Erişimde Zorluklar

Bazı katılımcılar erzak ve gıda sorunu anlık olarak çözdüklerini ifade etmektedir. K4 depremin ilk günlerinde köy evinde oldukları için gıda, para gibi ihtiyaçlarının olmadığını belirtmiştir.

“İlk zamanlardan temel ihtiyaçlarımızı kendi evimizde olanlarla sağladık. Köy evindeydik gıda konusunda, para ya da diğer ihtiyaçlara ihtiyaç duymadık.” (K4, 32, E.)

K9 kodlu katılımcı para ve yemek bakımından sıkıntı yaşamadıklarını, farklı şehirlerden yardım tırlarının geldiğini vurgulamıştır.

“Para olarak bir derdimiz olmadı, her yer mahvoldu. Parayı nerede harcayalım. Yemek konusunda da çok sıkıntı çekmedik biz. İlk üç dört gün evet besin alma gibi bir durumumuz olmadı. Daha sonra farklı şehirlerden yardım tırları geldi. Burada yemek tezgâhları kuruldu...” (K9,24, K)

Çoğun katılımcı gıda sıkıntısı çekmiştir. K2 evleri yıkılmamasına rağmen yemek sorunu yaşadıklarını, onu dayanışmayla çözdüklerini ifade etmektedir.

“O sırada tek ihtiyacımız biraz yemek oldu onu da ekip hallediyordu. (K2, 19, E.).”

Yapılan çalışmalar afet yönetiminde, afetin etkileriyle mücadele etmede toplumsal katılımın, kaynakların kullanımının, sorunları iyileştirmede etkin rol oynadığını göstermektedir (Alhaffar, vd., 2023). K10 kodlu katılımcı, ilk hafta yemek, su, ilaç, hijyen gibi temel ihtiyaçlarını karşılayamadıklarını; tehlikeye rağmen ilk hafta evden eşya ve erzak aldıklarını belirtmiştir.

“Depremi ilk sekiz günü doğru düzgün ihtiyaçlarımızı karşılayamadık. Ne yemek, ne su, ne ilaç ne de hijyen. Depremi sabahına tüm yakınlarımızla bir yerde toplandık. Daha sonra birileri binaya çıkıp üstümüze ve yiyecek bir şeyler getirdiler evden, çok tehlikeliydi ama mecburduk. Üç günden sonra yardımlar geldi. Zaten yemek ve kıyafeti o şekilde hallettik. Yardımlardan dolayı paraya çok ihtiyaç duymadık. Şimdi de evimize yeni geçtik.” (K10,35, K)

K6 evde dolapların ve gıdaların zarar görmesinden dolayı erzak sıkıntısı çektiklerini ifade eder.

“Gıda konusunda çok sorun yaşadık çünkü eşyalarımızın dolaplarımızın hepsi devrilmişti. Evet, ev yıkılmadı ama kullanabileceğimiz gıdalar zarar görmüştü.” (K6, 22, K.)

K11 de yemek yardımlarının üç gün sonra gelmeye başladığını belirtmiştir.

“Her şey birbirine girdi yani. Kaldı ki bir hafta boyunca hiçbir şey canım istemedi, hiçbir şekilde açlık hissetmedim. Şehir dışında nakit taşı mıyordum evde de durum değişmiyordu. Zaten parayı kullanabileceğimiz bir yer kalmamıştı. Üç gün sonra kaderine terk edilmiş olan Kahramanmaraş’a yardım gelmeye başladı. Yemek ihtiyacımızı oradan karşıladık çok şükür ki..” (K11, 28, K.)

4.1.3. İçme Suyundaki Sıkıntılar

Katılımcı K3 ilk gün gıda, para, kıyafet gibi konularda bir sorun yaşamamış, ancak su, elektrik, akaryakıt gibi problemlerle karşılaşmış, ulaşımdaki aksamalardan dolayı yakınlarının yardımına gideremediklerini belirtmiştir.

“İlk gün gıda, para ve kıyafette bir sorun yaşamadık. Elektrik su ve akaryakıtta çok sıkıntıya düştük. Kimseye ulaşamadık ve yakınlarımızın yardımına gidemedik.” (K3, 23, E.)

K6 içme suyu kaynaklarının zehirleyici olduğunu vurgulamaktadır.

“Şu anda altyapıda sularda büyük tehlike var. İçme suyu kaynakları zarar gördü, çoğu yakınım zehirlendi yakın zamanda, hala tam olarak düzeldi diyemeyiz.” (K6, 22, K.).

K2 içme suyunun zarar gördüğüne değinmektedir.

“Ama altyapı ciddi zarar gördü. İçme sularında sorun yaşadık.” (K2, 19, E.).

4.1.4. Tıbbi Destekteki Engeller

K9 kodlu katılımcı depremden hastanelerin ve eczanelerin zarar görmesinden kaynaklı, yaralı kurtulduğu enkazın etkilerinin tedavi edilemediğini belirtmiştir. Buna göre:

“...Ama depremden sadece evler değil tüm hastane ve eczanelerde zarar gördü. Yıkıldı. İlaçlarımızı hiçbir yerden temin edemedik. Ailemde yaralanan vardı. Onları hastaneye götüremedik. Çok zor zamanlardı. Özellikle öyle bir durumdan yaralı olarak kurtulmak.” (K9,24, K).

Kronik rahatsızlığı olan K1 kodlu katılımcı afetten sonra tedavisini karşılamakta zorlandığını, ilaçlarını temin edemediği için uzun bir süre tedavisini aksattığını belirtmiştir. Buna göre:

“Depremde çok sıkıntı yaşadık. Evet, para var ama harcayabileceğimiz bir yer yok. Ben aplastik anemi hastasıyım, deprem tedavimin devam ettiği bir döneme denk geldi. Her yer yerle bir olduğu için ilaçlarımı hiçbir yerden temin edemedik. Evde olan ilaçları da kurtaramadık.” (K1, 23, E.)

Depremler normal ve dezavantajlı bireyleri zor durumda bırakır. Afet sonrasında tahliyeden, sorunlarla mücadele etmeye kadar birçok konu afette krizle mücadeleyi güçleştirir. Depremden sonra yaşanan bölgenin özellikleri, afete karşı farkındalıktaki zayıflıklar sürecin yönetimini zorlaştırmaktadır (Aslan ve Şahingöz, 2023). K7 kodlu katılımcı uzun süre enkazın altında kaldığını, kafasından ve belinden yaralandığını, tedavi için birden fazla şehre götürüldüğünü iletmiştir. İlk etapta tedavi masraflarını çocuklarının karşıladığını, ardından ilaç ücretinin kaldırıldığını söylemiştir.

“Enkazdan 9 saat sonra çıkarıldık. Oradan direkt hastaneye götürdüler ama yoğunluktan dolayı ilgilenmediler. Sadece bir dikiş atıp bıraktılar. Ondan sonra çocuklarım beni Safranbolu’ya götürdüler. Oradan Kırşehir’e yönlendirdiler. Kafama ve belime aldığım darbeden dolayı beni bir süre hastanede tuttular. Birkaç gün sonra Safranbolu’ya tekrar gittik. Muayenelerime oradan devam ettik. Kızımın evinde kaldım. Kaldığım süre boyunca ihtiyaçlarımı hep çocuklarım karşıladı. Şimdi de ilaçlarımı eczaneden alıyorum. Parasını almıyorlar, muayene ücreti alıyorlar onun da.” (K7, 60, K).

K8, İlaçlarının muayeneye gittikleri Doktor tarafından temin edildiğini belirtmiştir.

“Ordu’ya gittik ama ne paramız var, ne ilaçlarım var, onlarda bizi Valiliğe yönlendirdi. İsim falan aldılar. Ertesi gün mesaj geldi hastaneye gidebilirsiniz, diye. Gittik bir sürü ilaç var, kullanmam gereken. Buhar makinesi de kullanmam gerekiyor. Astım hastasıyım. Boğazım açılış diye doktor yazdı ilaçları. Alabilir misiniz, diye sordu bende cevap veremedim. Para yok bir şey yok, doktor sonra eczaneyi aradı ilaçları verin, buhar makinesini bana yazın dedi. Allah bin kere razı olsun eczaneye gittik, ilaçlar 1600 TL tuttu. Bizde de 650 TL var. Sonra oradaki adam üstü benden olsun dedi, o da doktormuş. Böylelikle günler sonra her gün kullandığım ilaçları kullanmaya başladım.” (K8,54, K)

Afet anında ve sonrasında sağlık hizmetleri aktif rol almaktadır. Sağlık hizmetleri gündelik bakımın ötesinde emek vermekte, çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalmaktadırlar (Yang, vd., 2010). Katılımcı K10 yakınının musluk suyundan zehirlendiğini, alt yapıya dair güvensizlik duyduklarını belirtmiştir. Buna göre:

“Kaynanam musluk suyundan zehirlendi, iki gün önce. Bence altyapılarda hala sorun var. Ben güvenemiyorum eşimde çalışıyor. İhtiyaçlarımızı artık kendimiz halledebiliyoruz.” (K10,35, K)

4.1.5. Yolların Zarar Görmesi

K6 isimli katılımcı siyasi yetkililere öfke duymakta, yolların depremde zarar görmesinden siyasi partileri suçlamaktadır. Buna göre:

“Hani hep yol yapıyordu belediyelerimiz. Yollar mükemmel oldu diyordu; AK Parti yönetimi gurur duyuyordu. Depremde ne oldu bu yollara? Kahramanmaraş’ın insanlarını ölüme terk ettiniz üç gün boyunca. Şimdi o yollar sizi cehenneme götürsün. Anlatacak çok şey var aslında ama ne fayda dinleyen yok. Dinleseler ne fayda bir kulağından giren diğerinden çıkıyor.” (K6, 22, K.)

Kriz iletişimi, potansiyel tehditlere karşı organize olmayı, bu krizlerin etkili bir şekilde yönetilmesini sağlar. En önemlisi ise, bu risklere karşı toplumsal bilinci oluşturmak, başa çıkma stratejilerini geliştirmek deprem özelinde afete yönelik farkındalığı artıracaktır (Vicente vd., 2014). 6 Şubat depreminden sonra barınma, gıda, içme suyu, tıbbin destek, yolların zarar görmesi gibi olguların yaşanması ve etkilerinin devasa olması, toplumda kriz iletişiminin, risk algısının ve depreme yönelik farkındalığın zayıf olmasıyla açıklanabilir.

4.2. Ev Geçimi ve Eğitim Deneyimleri

4.2.1. Depremın Yoksullaşmaya Etkisi

Katılımcılar depremden sonra iş yerlerini ve mal varlıklarını kaybetmiş büyük bir ekonomik kriz yaşamışlardır. Deprem felaketinden sonra işsiz olduğunu ve geçiminin babası tarafından karşılandığını belirtmektedir. Sağlık sorunlarının da kendisini zor durumda bıraktığını ifade eden K1, tüm zorluklara rağmen gelecekte umutlu olduğunu belirtmiştir. Buna göre:

“Hala bir iş bulabilmiş değilim. Geçimimi babam karşılıyor. Tabii bunu sadece depreme bağlayamam çünkü sağlığımda yerinde değildi. Ama toparlayabilecekken bu durum ertelendi. Zamanla daha iyi olacağız inşallah.” (K1, 23, E.)

K4 kodlu katılımcı, depremden sonra çevresinin ekonomik durumunun kötüleştiğini, evin geçimini sağlamakta zorlandığını belirtir.

“Benim ailem çiftçilik yaparak geçimini sağlıyor. Çevremde asgari ücretle sağlamaya çalışan birçok insan var. Evleri yıkılmış bu yüzden kirada kalıyorlar. İş yeri yıkılmış ve asgari ücretli bir yerde çalışıyor. Depremden aldığı tüm zararlar ve kayıplar bir yana onları nasıl düzeltsin bu ekonomi ve gelire. Benim ekonomik durumum...” (K4,23, E.).

K7 kodlu katılımcı şu anda eşinin emekli aylığıyla geçindiklerini ifade etmiştir.

“Eşimin emekli aylığı var, şu an onunla geçiniyoruz. İlaçlarıma da para ödemediğimden idare ediyoruz şu anlık.” (K7,60,K).

4.2.2. Yoksullaşmanın Eğitime Etkisi

K3 Depremden sonra birikimlerini kullandıklarını hem okul hem de evin ihtiyaçlarının hayatı zorlaştırdığını ifade etmektedir. Buna göre:

“Deprem zamanı birikimimiz vardı onu kullandık. Okul zaten açılmadı. Günümüz ekonomisinde de hem okul hem de ev ihtiyaçları çok zorluyor. Mücadele edemez duruma geldim.” (K3, 23, E.).

Bazı katılımcılar ekonomik problemlerinin eğitimlerini olumsuz etkilediğini belirtmiştir. K4 kodlu katılımcı il dışında öğrenci olduğunu, bu nedenle ekonomik olarak zor durumda kaldığını belirtmektedir.

“Şehir dışında öğrenciyim, öğrencin halinden kim anlar, tabii yine öğrenci anlar. Dolayısıyla eski halimizi düzeltmeden üstüne yenisi ekleniyor.” (K4,23, E.).

K6 şu anda çalışmadığını ancak ailesinin zor durumda olduğunu, bu yüzden okulu bırakıp çalışmayı düşündüğünü belirtmiştir.

“Şu anda çalışmıyorum giderlerimi ailem karşılıyor ama onlarda biraz zor durumda çünkü evimizin bulunduğu yer yeniden yapılandırılacak. Bu sebeple yeni eve ihtiyacımız var. Ama ne sağlam diyebileceğimiz ev ne de yeni evi alacak bütçe var. Bu yüzden okulu bırakıp işe başlamayı düşünüyorum. Zor zamanlardan geçiyoruz. İnşallah atlatırız.” (K6, 22, K.).

K2 katılımcı evlerinin yıkılmasından dolayı hem okuyup hem çalıştığını söylemiştir.

“Şu an okuyorum, 12. Sınıf öğrencisiyim. Evet, evimiz yıkılmadı ama yine de zarar gördük. Kendimiz hala toparlayamadık. Onun için uğraşıyoruz. Bende bu yüzden hem çalışıyorum hem okuyorum, aile ekonomisine katkı sağlamaya çalışıyorum.” (K2, 19, E.).

K5 hem okuyup hem çalıştığını, iş bulamama kaygısı taşıdığını belirtmektedir.

“Türkiye’de önu açık diyebileceğim bir bölüm yok zaten. Pratik olarak sıfırın altındayız. Eğitimde depremden sonra okulları açmıyorlar. Anladık gidebilen var gidemeyen var. Onlara da destekte bulunulmalıydı. Şu an okuyorum ama aynı zamanda çalışıyorum da. Çünkü bu ekonomiyle ailem tek başına kaldıramaz. 10 yaşındaki çocuğu bile ekonomist yaptı bu sistem.” (K5, 23, E.).

6 Şubat depremleri afetin gerçekleştiği yerlerde fiziksel alt yapı kadar sosyal eşitsizlikler meydana getirir. Özellikle çocuklar, yaşlılar, engelliler ve kadınlar gibi toplumun dezavantajlı bireyleri bu durumdan oldukça olumsuz etkilenirler (Carter, vd., 2007). Türk Milli Eğitimi Özer’in (2023) ifadesiyle depremden sonra eğitimlere aralıksız devam etmiştir. Doğan vd.(2024) göre 6 Şubat depremleri toplumsal eşitsizliği derinleştirmiş, depremzedeler için geçim sıkıntısı eğitim hedeflerinin önüne geçmiştir.

4.3. Yardımların Dağıtımında ve Yardımlara Erişimdeki Deneyimler

4.3.1. Yardımlara Erişimdeki Eksiklikler

K4 Deprem sonrası yardım dağıtımında büyük sorunlar yaşandığını, yardımların yerine ulaşmadığını, yağmalandığını ve bu nedenle de ihtiyaç sahiplerine ulaşmadıklarını belirtmektedir. Buna göre:

“Yardımlar ilk zamanlar gayet iyiydi, herkes rahatlıkla ulaşıyordu ama zaman geçtikçe hem nakliye yapan şahıslar yardımı yerine ulaştırmadan döktüler yardım geldi ama nereye? Hem de çoğu tır yağmalandı.” (K4, 23, E.).

Katılımcı K10, üçüncü günün sonunda kıyafet ve yemek yardımı alabildik, sonrasında kendi başımızın çaresine baktık demiştir.

“Dediğim gibi üç gün sonra kıyafet ve yemek yardımı geldi onun dışında ekstra bir yardım almadık. Sonrasında da kendi başımızın çaresine baktık.” (K10,35, K)

K8 katılımcı torununun Öğretmeninden destek aldıklarını ve afetten on gün sonra Ordu’ya taşındıklarını ifade etmiştir.

“On gün sonrada torunumun öğretmeni var, o yardım gönderdi bize Ordu’dan. O güne kadar hiç kimseden yardım almadık. Torunumun öğretmeni bizi Ordu’ya getirtti. Gittiğimde bana bir sürü erzak hazırlamışlar.” (K8,54, K)

Çocuklarının ve kendisinin Safranbolu kaymakamlığı dışında bir yerden yardım almadıklarını belirten K7 kodlu katılımcılar şunları ifade etmektedir:

“Ne ben ne de çocuklarım herhangi bir sosyal yardım almadık, ne Safranbolu’da kaymakamlıktan aldığım dışında ne de Kahramanmaraş’ta, daha sonraları haberleri gördüğümde bilmem ne yardımı yapıldı, yapılacak diyordu. Nereye başvurduysak hiçbir şey olmadı. Evim yıkıldı bende canımdan oluyordum. Daha ne hale düşmem gerekecekti bana yardım etmeleri için.” (K7,60, K).

4.3.2. Yardımların Dağılımındaki Düzensizlikler

K3 bölgeye yeterli yardımların geldiğini, ancak dağıtımın düzensiz bir şekilde gerçekleştirildiğini belirtmiştir. Yardımların eşit dağıtımında adaletsizlik yapıldığından şikâyet etmiştir. Bu bağlamda:

“Yardımlar çok fazlaydı, yeterliydi ama dağıtım bilinçsizce yapıldı. İlla ki herkesin ihtiyacı oldu ama gelen yardımlar sanki belirli kişilere gelmiş gibiydi. Sürekli aynı noktaya durdu tırlar. O bollukta yardımlardan faydalanamayan çok depremzede vardı. Diğerleri ise evine yıllık stok yaptı. (K3, 23, E.)”

K1 yapılan yardımların yetersiz, dağıtımların kötü olduğunu belirtmiştir.

“Yardımlara gelince, evet bence yardımlar gayet yeterliydi ama dağıtım kötüydü. Tüm tırlar aynı noktaya geldi. Diğer insanlar ulaşmakta zorluk çektiler.” (K1, 23, E.)

Benzer şekilde K4 ve K5,

“Düzenli, güvenli ve sistemli bir dağıtım yapılmadı. Hala ulaşamayanlarda vardır yani.” (K4, 23, E.)

“Çok fazla yardım geldi ama çok düzensiz ve kontrolsüz şekilde dağıtım yapıldı. Çok güzel destek yapıldı ama dediğim gibi aşırı saçma dağıtım oldu” (K5, 23, E.).

K5 gönderilen yardımlar hariç ortak noktaya giden yardımlara ulaşmadıklarını belirtmiştir.

“Biz hiçbir noktaya gidip almadık. Bizzat bize gönderilen dışında yardımlardan faydalanmadık.” (K5, 23, E.)

K6 kodlu depremzede sosyal yardımlarının fazlalığına rağmen, dağıtımın kötü olması nedeniyle, bazılarının yardıma ulaşamadıklarını düşünmektedir.

“Gıda ve kıyafet konusundan evet çok fazla yardım yapıldı ciddi anlamda hem de ama dağıtım çok kötüydü, o bollukta ben hala yardımlara ulaşamayanların olduğunu düşünüyorum.” (K6, 22, K.)

Afetler sosyal yardımların adil yapılması gerektiği ve kriz yönetiminin zor olduğu anlardır. Toplumdaki eşitsizlikler sadece ekonomik değil aynı zamanda statüko ile de ilgilidir. Bu durum bireylerle ve iktidar ilişkileriyle kurulan bağlar sonucunda gerçekleşir (Foucault, 1977). Sosyal yardımlara erişemeyen bireyler kendilerini dışlanmış hissetmiş olabilirler. Bu dışlanmışlık durumu yoksulluk, kırsallık, yaş ve cinsiyet gibi unsurlarla da ilgilidir (Farmer, 2005). Bu gerekçelerden yola çıkarak afetlerde sosyal yardımların topluma adil bir şekilde dağıtılabilmesi önem arz etmekte; kurumsal koordinasyon öne çıkmaktadır.

4.3.3. Yardımların Yağmalanması ve Terör Olayları

K1 deprem sonrası yardımların yetersiz kaldığını ve gelen yardımlara terör faaliyeti gösterildiğini belirtmiştir.

“Dediğim gibi söylediğim yardımlardan başka yardım görmedim. Kaldı ki silah çekilerek önü kesilen yardım tırlarından bize ne kalırdı ki.” (K1, 23, E.)

K6 yardım tırlarına yönelik terör olaylarını şöyle anlatmaktadır:

“Babam ve abim yardım tırlarının dağıtımına gitti, orada da tırın önünü kesmişler bıçakla falan, çok daha iğrenç olaylar oldu tabii. Ne yaşadık biz bilmiyorum.” (K6, 22, K.)

K7 tırların önünün kesildiğini, yardımların çalındığını duyduğunu ifade etmiştir:

“Duyduğum kadarıyla bölgeye gelen yardım tırlarının birkaçının önü kesilmiş tırların içinde ki yardımları çalmışlar ama dediğim gibi “duyduğum kadarıyla.” (K7,60,K)

K2 kodlu katılımcı bölgeye yardımların geldiğini, fakat yağma olaylarının yaşandığını, Kızılay’ın getirdiği çadırların defalarca çalındığını belirtmiştir.

“Evet, yardımlar geldi. İnsanlar tarafından yağma olayı çok oldu, Kızılay’ın getirdiği çadırlar çok kez çalındı. Çadır yetiştirmekte zorlandık.” (K2, 19, E.)

K6 yardımları markette satmak için alanların olduğunu belirtmiştir. Buna göre:

“Çoğu kişi de yağma için geliyordu. Hatta bir tanesi fazla alıyorum eşim marketi açacak o zaman satar demişti, bana unutmuyorum.” (K6, 22, K.)

K9 marketlerin yağmalandığını, bazıları ihtiyaçlarını bu şekilde karşıladığını, bazıları ise stok yapıldığına ve hırsızlık olaylarına tanık olduklarına değinmişlerdir.

“Bir sürü market yağmalandı. İnsanların hepsi stok yapacak kadar marketten ürün aldılar ama o kadar bebek var, yaşlı var mecburen insanlar girmek zorundaydı. Tabii ki hepsi öyle tozpembe değil. Kimisi can derdinde kimisi mal derdindeydi. Çoğu kişi başka evlere girip eşyaları çaldılar. Üstelik kavga bile ettiler. Hırsızlık olayları çok fazla oldu. Çok üzücü bir durumdu gerçekten.” (K9,24, K).

K10 yardım tırlarının önünün kesildiğini, bu olaydan muhalif görüşlü parti mensuplarının sorumlu olduğunu belirtmiştir.

“Duyduğuma göre gelen yardım tırlarının birkaçının önü kesilmiş, tırları soymuşlar. Daha sonra da tırları geri göndermişler bazıları gelen yardımların önünü kesen rakip partiden birilerinin yaptığını düşünüyor. Sebebi ise rakip partiyi halka karşı yardımda bulunmadı diyerek halka kışkırtmak.” (K10,35, K)

Depremden sonra meydana gelen kriz ortamı, suç olgusunu artırmaktadır. Buna göre hırsızlık vakaları artabilmekte, marketler, iş yerleri, sosyal konutlar yağmalanabilmektedir (Sheikhy vd., 2025). Yaşanan yağmalamalar güvenlik endişelerini artırmakta krizin yönetilmesini güçleştirmektedir (Smith ve Smith, 2006). Kahramanmaraş merkezli depremlerden sonra maddi ve manevi suçlar artmıştır. Bu suçlar, mala, cana karşı ve cinsel suç olarak sınıflandırılmıştır (Sert vd., 2024).

4.4. Sosyal Yardımlara Yönelik Deneyimler

4.4.1. Kurumsal Sosyal Yardımlar

4.4.1.1. Olumlu Görüşler

Depremi ardından sonra Van’a gittikleri için depremzedelere yapılan yardımlardan alamadıklarını, belirten K1 kodlu katılımcı, sadece AFAD ve LÖSEV’den ilaç ve maddi destek aldıklarını belirtir.

“Depremden birkaç gün sonra Van’a, akrabalarımızın yanına gittik. O yüzden deprem bölgesine gelen yardımlardan faydalanamadık. Van’da AFAD yardımda bulundu; maddi olarak kıyafet alarak. Ben bir de LÖSEV’den bana destek gördüm. Maddi manevi her türlü yardımcı oldular. İlaçlarım tedavi onlar sayesinde karşılandı.” (K1, 23, E.)

K5 AFAD'dan yalnızca arama kurtarma için sınırlı destek gördüklerini, Kızılay'dan ise yetkiliye rastlamadıklarını, sınırlı arama kurtarmadan dolayı yakın akrabalarının enkazda kaldıklarını belirtmektedir.

“AFAD'dan destek gördük o da arama kurtarma için. Yengem, dayım ve kuzenim enkazda kaldı, onlara depremde sekiz gün sonra ulaştık tabii ki. Ne yazık ki şehit olmuşlardı çoktan. AFAD bize dördüncü gün yardıma geldi. Defalarca kez aramamıza, yardım istememize rağmen anca geldiler. Kızılay'ında sürekli yardım noktalarını gördüm ama hep boştu ya da erken saatte kapatıp gittiler. Daha çok yakınlarımız yardımcı oldu. Şuanda da destek ya da yardım almıyoruz.” (K5, 23, E.).

Çevre illerin belediyelerinden ve AFAD'dan yardım aldıklarını belirten K3 kodlu katılımcı, ancak arama kurtarma çalışmalarının yetersiz kaldığını ifade etmiştir.

“Çevre illerin belediyesi ve AFAD tarafından yardım gördük ama arama kurtarma çalışmaları yeterli değildi.” (K3, 23, E.)

Deprem sonrasında gelen yardımların dağıtımında görev alan K2 kodlu katılımcı, AFAD, Kızılay, AHBAP ve siyasi partilerden gelen yardımları halka dağıttıklarını ifade etmiştir.

“AFAD, Kızılay, AHBAP ve partilerin gönderdiği yardımları da dağıttık. Yardım almaktan ziyade yardımda bulunduk biz.” (K2, 19, E.)

K4 birçok şehir ve kurumdan arama kurtarma için yardıma gelindiğini belirtmiştir.

“AFAD başta olmak üzere Kızılay, Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Ankara Büyükşehir Belediyesi gibi çevre şehirlerin araçlarının arama kurtarma çalışmasında çalıştı.” (K4, 23, E.).

Afet yönetiminde Türkiye'de en önemli kurum AFAD olup iyileştirme, yeniden inşa etme, arama-kurtarma, koordinasyon, acil ve temel ihtiyaçlar gibi önemli görevleri üstlenmektedir (Küçükyağcı, 2024). Depremden sonra STK'ların ve devletin hızlı bir şekilde bir araya gelerek depremzedeler yararına hareket etmesi sosyal sermayenin önemini gösterir. Özellikle kriz dönemlerinde STK'lar devlet ve toplum ilişkilerini yeniden inşa eder (Keyman, 2005). Devletin kurumsal yeterliliği kapsamlı afetlerde yetersiz kalabilir; STK'lar bu noktada tamamlayıcı rol üstlenebilirler (Bora, 2005).

4.4.1.2. Olumsuz Görüşler

K9 Türkiye'ye bağlı herhangi bir kurumdan yardım almadığını ifade etmiştir. Devlet kurumlarının, özellikle AFAD'ın olay yerindeki yetersizliği sorgulanmaktadır.

“Türkiye'ye bağlı herhangi bir kurumdan yardım görmedim ben. Daha çok tanınmış kişilerden, özel sektörden yardım aldık. İlk iki hafta boyunca enkazların başında AFAD'ı bile görmedik. Telefonlar zaten çekmiyordu. İki hafta sonra Turkcell, Vodafone, Türk Telekom ücretsiz net, dakika yardımında bulundu o kadar.” (K9,24, K)

K4 ilk dört gün kimsenin gelmediğini, şehrin kaderine terk edildiğini düşünmekte, siyasilere karşı öfkeli olduğu görülmektedir.

“Birçok enkaz incelenmeden toplanıp atıldı. İlk dört gün kimse gelmedi, şehir kaderine terk edildi. İnsanlar öldü, o anlarda neredeydi bu yöneticiler. Rakip parti şunu yapmadı, bunu yaptı diyor ekranlarda. Peki, sen ne yaptın? Bu durumu bile siyasete çevirdiler. Yazıklar olsun onların vicdanına ve insanlığına.” (K4, 23, E.).

K1, bir siyasi partinin ve yardım kuruluşunun sosyal yardımları şartlı temin ettiğinden şikâyet etmektedir.

“Çadır yardımı en önemlisi, Kızılay ikinci çadırı para ile satıyor demişti bir yakınımız, bizde o günden sonra Van'a gitmeye karar verdik zaten. Bir de CHP eğer bize üye olursanız yardım ederiz demiş. Bence depremde şehit olanlar bu pis dünyadan kurtuldu. Hayatta kaldık diye sevinen bizler değil.” (K1, 23, E.)

K11 arama kurtarmanın sekiz gün sonra gelerek yetersiz olduğunu ve kendi imkânlarıyla ayakta kaldıklarını belirtmektedir.

“Bana ve aileme bir zarar gelmedi ama kuzenim ve ailesi enkaz altında kaldı, sekiz gün boyunca uğraştık ve çıkaramadık. Sekiz gün sonra arama kurtarma geldi ama nafile, yetersiz ekipmandan dolayı bir süre zorlandılar ve cesetleri çıktı. Günlerce aradık yardım istedik. Gelmediler, geldikleri zamanda çok geçti, üstelik yetersiz ekipmana sahiptiler. Hala hayatta olabilirlerdi. İnsanın anı bu kadar değersiz olmamalıydı.” (K11, 28, K.).

K6 Kızılay’dan çadır alamadıklarını, kendi imkânlarıyla barınacak alan yarattıklarını belirtmiştir. Gıda yardımını kurumsal veya siyasi belirteci olmayan bir yardım türünden edindiklerini anlatmıştır.

“Devlete güvenim kalmadı benim. Kızılay çadır dağıtıyordu, almak istedik; eviniz yıkılmadıysa alamazsınız dediler. Tamam dedik, kendi imkânlarımızla sağdan soldan bulduğumuz naylon mu desem neyse onunla kalacak bir yer yaptık. Dedğim gibi gıda olarak gelen tırlardan aldık ama hangi kuruma bağlı bilmiyorum. Gerçi üzerinde amblem vs. bir şey yoktu. Yardımsever bir şahıs gönderdi. Herhangi bir siyasi gönderse reklamını yapmaz olur mu?” (K6, 22, K.)

Afetlerin, insan kontrolünden çıkması, günah keçisi seçimine sürüklemekte, mağdurların devlet yetkililerini yetersizlikle suçlamasına neden olabilmektedir (Bödvardsdóttir ve Elklid, 2004). Bu durum özellikle az gelişmiş ülkelerde afet riskinin azaltılmasında ve politikaların geliştirilmesinde ön plana çıkar (Moreno, 2018). 1999 depremi üzerine yapılan bir araştırmada, Türkiye’de depremzedelerin güvenli ve kalıcı konutlarda yaşamadığı görülmektedir. Ayrıca geniş bir sismik bölgede bulunan Türkiye’de devletin ve sivil toplum örgütlerinin depreme verdiği tepkiler afete hazırlığı göstermektedir (Jalali, 2002).

4.4.2. Yardımların İhtiyacı Karşılayamaması

K4 birçok şehir ve kurumdan arama kurtarma için yardıma gelinmesine rağmen, yetersiz kaldığını belirtmektedir.

“Bazı ülkelerden yardım gelmesine rağmen arama kurtarma yeterli değildi.” (K4, 23, E.).

K1 yakın arkadaşını enkazdan kurtaramadıklarını, arama kurtarma faaliyetlerinin ve teknik malzemelerinin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Buna göre:

“Arama kurtarma durumumuz olmadı, bir arkadaşım enkaz altında kalmıştı. Önce kendi imkânlarımızla çıkarmaya çalıştık. Bir türlü kendisine ulaşamadık. Arama kurtarma çağırdık ama bize yoğun olduklarını ve daha sonra geleceklerini söylediler. Onlar gelene kadar biz tanıdıklarımızı arayarak vinç istedik. Arkadaşımızı kendi imkânlarımızla aradık, onu bulana kadar bir sürü can kurtardık ya da cesede ulaştık ama arkadaşımın cesedi ya da ona ait hiçbir parça bulamadık, şu anda hala kayıp. Kimi arasak soruşturma devam ediyor diyor. Başka bir şey yok elimizde.” (K1, 23, E.)

K3 vakit kaybı ve yetersiz ekipman nedeniyle birçok insanın hayatını kaybettiğini belirtmiştir

“Çoğu insan vakit kaybindan ve yetersiz ekipmandan öldü.” (K3, 23, E.)

Afet sonrasında sosyal destek, yardım götüren görevlilerin tükenmişlik yaşadıkları, yaşam kalitelerinin düştüğü görülmektedir (Okur vd., 2024).

4.4.3. Yakın Çevre Yardımları

Depremde enkazda kalan K7 ve çocukları tarafından kurtarılmıştır. Şuan, konteynerde kaldığını, ev alışverişi için sadece dört ay yardım kartı aldığını söylemiştir.

“Beni enkazdan çocuklarım ve orada bulunan vatandaşlar çıkardı. Arama kurtarmaya da sosyal destekten bir yardım almadım. Aldığım tek yardım Safranbolu kaymakamlığının gittiğim gün verdiği para oldu. Onun dışında bir yardım almadım. Bir de şimdi konteynerde kalıyorum. Burada ev alışverişi için bir kart veriyorlardı onu da sadece dört ay aldım, şimdi vermiyorlar.” (K7,60,K)

Deprem sonrasında kızının yanında kalan katılımcı K8, herhangi bir kurumdan yardım almadığını, yaşadığı evden yardım almadan çıkmışlardır.

“Ben kızımın yanındayım diye herhalde herhangi bir kurumdan yardım almadım, sadece bir kere ilaçlarımı almam için Ordu’dan 3000 TL verdiler, bana. Onun dışında bir de şimdi kaldığım konteyner var başka bir şey yok. Evden de kendimiz Çıkabildik, çok şükür ki yardıma gerek kalmadı. Sonra da hep şehir dışındaydım oraya yeterli yardım yapıldı mı bilmiyorum.” (K8,54, K)

Yapılan çalışmalarda, afetlerden sonra, afetzedeler arasında dayanışma duygusunun arttığı, bu durum bireylerin yaşadığı topluma olan bağlılığı ve toplum içindeki aidiyetleriyle yakından ilişkili olduğu görülmektedir (Pancotto, vd. 2024). 6 Şubat 2023 depremleri Türk toplumunda ve dünyada toplumsal dayanışmanın ve gönüllü yardımlaşmanın sosyal sermayeyi nasıl harekete geçirdiğini ortaya koyar. Afet sonrasında akrabalık ve komşuluk ilişkilerindeki dayanışma biçimleri sosyal sermaye için değerli bir yere sahiptir. Böylece meydana gelen dayanışma ruhunun kriz anlarında ortaklık bağı oluşturduğu görülmektedir (Şchitoğlu, 2023).

4.4.4. Kurumsal Yeterlilik

K2 yardımların dağıtımında önceliği diğer depremzedelere verdiklerini, çok fazla yardım geldiğini, gelen yardımların fazlasıyla yeterli olduğunu ifade etmiştir. Buna göre:

“Gelen yardımlarda fazlasıyla yeterliydi. Ardı arkası kesilmeden tırlar geliyordu. Biz dağıtımda çok yorulduk.” (K2, 19, E.)

K10 ve K12 depremzede katılımcı yaşanan deprem sonrasında devlet kurumlarından yeterli desteği görmediklerini, yardımların çoğunlukla özel kurumlar ve komşu ülkelerden geldiğini belirtmektedir. Yardımlar konusunda devletin yetersiz kaldığını ve hayatını yeniden kurma sürecinde de beklediği desteği bulamadığını söylemiştir.

“Ben depremde birkaç gün sonra Karabük’ gittim, oradan bir dergâhtan kıyafet yardımı yaptılar bir de kalacak yer buldular. Bunların dışında bir kurumdan destek görmedim. Karabük’te komşularımız çok yardımcı oldu her konuda. Kurum değil de vatandaş desteği aldık hep. Deprem bölgesine yardıma gelenlerden ilki komşu ülkelerdi.” (K10,35, K)

“Adamlar farklı ülkeden geliyor ama bizimkiler hala ortada yok. Bir yakınımız enkazda kalmıştı onu da kendi imkânlarımızla çabalarımızla çıkardık. Arama kurtarmaya gerek kalmadı. Ki zaten arama kurtarma da gelmemişti. Yardım açısından devleti yanımızda göremedim.” (K12,40, E)

Yaşanan krizler, afetin bölgede yarattığı psiko-sosyal, ekonomik tahribatla yakından ilişkilidir. İhtiyaçlarını karşılamakta zorlanan afetzedeler güvenlik kriziyle de ilişkili olarak suça sürüklenebilmektedir. Büyük depremler kentlerde yıkımlara neden olmakta, özellikle dar sokaklardaki enkaz yığınları arama kurtarma ekiplerinin erişimini güçleştirmekte ve güvenlik açığına sebep olmaktadır (Pardo vd., 2023). Kurumsal desteklerin yetersiz görülmesi, yaşanan afetin geniş bir alanı etkilemesiyle yakından ilişkili olup aynı anda kent ve kırsal alandaki birçok bölgede yıkım yapmasından kaynaklanmaktadır. Afetin kapsamlı oluşunun krizlerin yönetilmesini güçleştirdiği söylenebilir.

Afetler sosyal yardımlaşmanın ve dayanışmanın en çok ön plana çıktığı krizler olup krizlerin yönetilmesi sosyal sermaye bakımından ele alınabilir. 6 Şubat depremlerindeki sosyal yardımlaşma ve dayanışmaya bağlı sosyal sermaye unsurları bireysel ve kurumsal sosyal destek mekanizmalarıyla yerine getirilmiştir. 6 Şubat depremlerinde bu bireysel ve kurumsal düzeydeki sosyal destek mekanizmaları Putnam’ın (2000) ifadesiyle bağlayıcı ve köprü kurucu unsurlarla sağlanmıştır. Bireysel dayanışmalar zayıf bağların gücü kuramıyla açıklanabilirken; STK’lar, devlet destekleri gibi kurumlar gibi Bourdieu’nun (1986) sosyal sermaye yaklaşımıyla değerlendirilerek kolektif ruhun harekete geçirildiği ifade edilebilir. Coleman’a (1988) göre bu sosyal sermaye toplumsal normları, kolektif eylemi güven tahsis ederek yerine getirmektedir.

Depremi birçok şehirde maddi ve manevi yıkımlara neden olması kurumsal desteklerin eş zamanlı yerine getirilmesini engellemiş olabilir; zira ön görülemez bu afet Türkiye yüzyılının en büyük kara depremi olarak adlandırılmaktadır. Her kriz değişimi ve farkındalığı beraberinde getirir. 6 Şubat depremleri de Türk toplumunda afete yönelik farkındalık başlatmış, toplumsal kriz dayanışması ruhunu gündeme getirmiştir. Bunlarla beraber 6 Şubat depremleri Türk toplumunun unutulmaz yaraları gün yüzüne çıkarmıştır. Bu maddi ve manevi travmaların uzun yıllar devam edeceği düşünülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Depremzedelerin afet sonrasında meydana gelen krizlere yönelik deneyimlerini nasıl anlamlandırdığı araştırılmaktadır. Fenomenolojik desenin kullanıldığı çalışmada teorik çerçeve sosyal sermaye teorisine dayanmaktadır. Elde edilen bulgulardan afetzedelerin, depremde sonra hayatta kalmaya dair krizler yaşadıkları, bu krizleri sosyal yardımlaşma ve dayanışmayla çözmeye çalıştıkları tespit edilmektedir. Yardımlaşma ve dayanışma bağlamında sosyal sermaye, özellikle afetin olumsuz etkilerini aşmada önemli bir rol oynamaktadır. Afetlerde toplumsal iş bölümü, kurumsal destekler toplumsal yapıda bütünleştirme rolüne sahiptir. Burada afet sonrası krizi yöneten kurumların ve kişilerin maddi ve manevi etkileri bulunur (Şeker, 2020). Elde edilen bulgularda afetin yaşandığı yörede depreme karşı hassasiyet oluştuğu, meydana gelen krizleri anlık olarak çözmek için birliktelik ruhu geliştirildiği görülmektedir. Önceden deprem yaşamış bireylerin depreme yönelik farkındalığı, inancı değişmekte, depreme karşı hazırlığı etkileyebilmektedir (Becker vd. 2017). Alt araştırma sorusuna yönelik fenomenoloji bulguları ve elde edilen kavramlar aşağıda sunulmaktadır.

“Depremzedeler temel ihtiyaçlarını karşılamada neler yaşamış, nasıl yardımlaşmışlardır?” alt araştırma sorusuna yönelik, temel ihtiyaçlara yönelik deneyimler fenomeni öne çıkmıştır. Depremden sonraki ilk günlerde depremzedeler tıbbi, nakit para, gıda, kıyafet gibi temel ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanmışlar; özellikle ilaç temini, su ve elektrik gibi altyapı sorunları yaşamışlardır. Afetin ilk günlerinde can güvenliği, barınma, yeme-içme gibi temel ihtiyaçlarını giderememiş; yardım almakta zorlanmışlar, daha sonra yakınlarının ve farklı şehirlerden gelen yardım tırlarının desteğiyle ihtiyaçlarını karşılayabilmişlerdir. Özellikle sağlık sorunları olan katılımcılar, ilaç temini noktasında ciddi sıkıntılar yaşamış, eczanelerin ve hastanelerin zarar görmesi nedeniyle ilaçlarına erişememiş, ancak yakın çevresinin desteğiyle ilaçlarını temin etmişlerdir. Burada yaşanan sürece *deprem afetinde temel ihtiyaçlar katmanı* ismi verilebilir. Afetzedeler temel ihtiyaçlara ilişkin birçok sorunu üst üste yaşamış, bu sorunları yakın çevreleriyle çözmeye çalışmışlardır.

“Depremzedeler sosyal hayata yönelik sorunlarında neler yaşamışlar, nasıl çözmüşlerdir?” alt araştırma sorusuna yönelik, ekonomik, eğitim ve iş durumları fenomeni öne çıkmıştır. Katılımcıların çoğu ekonomik ve eğitim durumlarının kötü olduğunu, işsiz kaldıklarını, eğitim hayatlarına devam edemediklerini belirtmektedir. Bazıları hala konteyner evlerde yaşamakta, iş bulamamakta ve geçimlerini ailelerinin desteğiyle geçimlerini sağlamaktadır. Öğrenci olan katılımcılar hem çalışıp hem de okula devam etmek zorunda kaldıklarını, aile ekonomisine katkı sağlamaya çalıştıklarını ifade etmektedir. Depremden dolayı evleri ve iş yerleri zarar gören katılımcılar, ekonomik olarak çok zorlandıklarını, yeni ev ve iş bulmakta güçlük çektiklerini belirtmektedir. Bazı katılımcılar, devletin depremzedelere yeterli desteği sağlamadığını, konteyner evlerde yaşamak zorunda bırakıldıklarını ve genel olarak Türkiye'deki ekonomik durumuyla ilgili olduğunu düşünmektedir. Sosyal hayata yönelik sorunlarda afetzedelerin yaşadığı süreç afet sonrasında *ev geçimi ve eğitim sorunları* olarak adlandırılabilir.

“Depremzedeler kurumsal olarak nerelerden yardım almışlardır?” alt araştırma sorusuna yönelik Kurumlardan gelen sosyal yardımlar ve yeterlilikleri konulu fenomen öne çıkmaktadır. Katılımcılar, AFAD, Kızılay, siyasi partiler ve diğer kurumlardan gelen yardımların dağıtımındaki eşitsizlikleri, gecikmeleri ve yetersizlikleri dile getirmektedir. Bu yetersizlikten dolayı, birçok insanın hayatını kaybettiği vurgulanmaktadır. Yardımların dağıtımında siyasi ayrımcılık yapıldığı, bağış çadırlarının para karşılığı satıldığı, bazı kurumların yardım önceliğinde üyelik şartı aradığı gibi sorunlar depremzedelerin görüşlerinden öne çıkmaktadır. Depremzedeler, devlet kurumlarından yeterli desteği göremediklerini, yardımların çoğunlukla özel kuruluşlar ve komşu ülkelerden geldiğini belirtmektedir. Bazı katılımcılar, enkaz altında kalan yakınlarını kendi imkânlarıyla kurtarmaya çalışmış ancak başarılı olamamışlardır. Tüm bu olumsuzluklar karşısında depremzedelerin hayal kırıklığı ve güven kaybı yaşadığı anlaşılmaktadır. Depremzedelere göre yardımlar, zamanında gelmemiş, düzensiz dağıtılmış, esas ihtiyacı olanlara ulaştırılmamıştır. Bazı katılımcılar ise, hiçbir yardım alamadıklarını, evleri yıkıldığı halde kendilerinin çaresine bakmak zorunda kaldıklarını belirtmektedirler. Yaşanan süreç *kriz dayanışmasında kolektif bilinç* olarak adlandırılabilir. Kurumsal desteklerdeki zayıflıklar dayanışma kültüründeki ve kurumsallaşmadaki bilinci ortaya koyar.

“Depremzedelerin güvenlik problemlerini nasıl deneyimledikleri; nasıl önlem aldıklarıyla ilgili” kapsamlı alt araştırma sorusunda sosyal yardımlara erişilebilirlik ve yağmalanmaya karşı düşünceler; yaşanan suç olgusu ve güvenlik riskleri fenomenleri elde edilmiştir. Yardım tırlarının önü kesilmiş, içindeki yardımlar çalınmış ve yağmalanmış, stokçular tarafından kaçırılmıştır. Depremden sonra kriz anının kötü niyetli kişiler tarafından fırsata dönüştürüldüğü belirtilmektedir. Evlere girilmesi, eşyaların çalınması gibi hırsızlık, hastaneden insan kaçırma olayları yaşanmış, silahlı çatışma, adam öldürmeye teşebbüs gibi suçlar işlenmiştir. Depremzedeler, kendilerini

sokakta, evde vs. birçok yerde güvensiz hissetmiş, korkarak sosyal yardıma erişememişlerdir. Hasarlı binalar kontrol edilmeden tekrar kullanıma açılmış, yıkılma tehlikesine karşı yaşamaya devam etmişlerdir. Bu kısımdaki süreç ise *kriz dayanışması sapması* olarak adlandırılabilir. Afet sonrasında yaşanan bu krizler, ihtiyaç sahiplerinin yardımlara erişmesine engel teşkil etmesinden dolayı yardımlaşmanın işlevinin saptığını gösterir.

Elde edilen bulgular 6 Şubat depremleri sonrasında gündelik hayatta yaşanan sorunları ortaya çıkarmaktadır. Ortak bir amaç ve düşünce kapsamında bir araya gelen bireylerde, paylaşılan duygu, düşünce topluluk ruhunu meydana getirmiş, grup dayanışmasını sağlamaktadır (Aydemir, 2011, s.40). Afetin Türkiye’de geniş bir alanda tahribata neden oluşu kriz yönetimini güçleştirmiş; bununla beraber kurumsal ve sivil toplum desteklerinin yanı sıra kendiliğinden bir dayanışma ruhunun sergilendiği görülmüştür.

Depremden sonra yaşanan krizlerle başa çıkmak için öneri olarak şunlar sıralanabilir:

- Depremden sonra temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik önlemlerin alınması, toplumun depreme yönelik farkındalığının gelişmesi, kriz anında güvenlik önlemlerinin hızlıca alınması, depremden sonra gelişebilecek kaos, suç, yağmalama gibi krizlere karşı toplumsal farkındalığın gelişmesi gerekmektedir.
- Afetlere yönelik öncelikle Türkiye genelinde tüm bölgelerdeki yapılaşmanın gözden geçirilmesi, binaların güçlendirilmesi gerekir. İkincisi, afet anında hızlı hareket etmek için afet yönetim planlarının güncel tutulması elzemdir. Üçüncüsü, afet bilincinin artırılarak nasıl hareket edilmesi gerektiğinin sık sık hatırlatılması, hazırlıklı kalınması sağlanmalıdır. Son olarak deprem sonrasında, barınma, gıda, su, ilaç, hijyen malzemelerinin yeterli ve ulaşılabilir yerlerde depolanması gerekir (Yazıcıoğlu ve Aktel, 2024). Bu belirtilen hususlar depremde kriz yönetiminde hazırlı olma ve müdahale etmede önemli rol oynar. Türkiye’de jeolojik olarak yüksek riskli bölgelerde yaşanmasına rağmen afet eğitimleri yeterli düzeyde değildir.
- Afete yönelik farkındalık çalışmalarının kamuoyunun bilinçlenmesi sağlamalıdır. Bunu halkın anlayacağı bilimsel kanıtlarla aktarmak önemlidir. Verilecek eğitimler toplumun afete hazırlığına ve hazır bulunuşluğa katkı sağlayabilir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Kahramanmaraş İli Dulkadiroğlu Kaymakamlığından destek alınmıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Akgül, Ş. Y. (2023). Responsibility of administration for moral damages caused by earthquakes. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, (167), 133-176.
- Alase, A. (2017). The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 5(2), 9-19. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijels.v.5n.2p.9>
- Alhaffar, M. B. A. Joury, E. ve Erikson, A. (2023). Community engagement and crowdsourcing for effective disaster response and rescue operations during the earthquake in Syria. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 98(2), 104096. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2023.104096>
- Allen, J. D., Leyva, B., Hilaire, D. M., Reich, A. J. ve Martinez, L. S. (2016). Priorities, concerns and unmet needs among Haitians in Boston after the 2010 earthquake. *Health Soc Care Community*, 24(6), 687-698. <https://doi.org/10.1111/hsc.12217>
- Alshehri, S., Rezgui, Y. ve Li, H. (2016). Public perceptions and attitudes to biological risks: Saudi Arabia and regional perspectives. *Disasters*, 40(4), 799-815. <https://doi.org/10.1111/disa.12179>

- Aslan, R. ve S. Şahinöz (2023). The experiences of people with disabilities in the 2020 Izmir earthquake: A phenomenological research. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 95(26), 103868. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2023.103868>
- Aydemir, M. A. (2011). *Sosyal sermaye, topluluk duygusu ve sosyal sermaye araştırması*. Çizgi Yayınevi
- Becker, J., Paton, D., Johnston, D., Ronan, K. ve McClure, J. (2017). The role of prior experience in informing and motivating earthquake preparedness. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 22(1), 179-193 <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2017.03.006>
- Bliss, L. A (2016). Phenomenological Research: Inquiry to Understand the Meanings of People's Experiences. *Int. J. Adult Vocat. Educ. Technol.* 7(3), 14–26. <https://doi.org/10.4018/IJAVET.2016070102>
- Bora, T. (Ed.). (2005). *Modern Türkiye’de siyasi düşünce: Sivil toplum* (Cilt 8). İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* içinde. Greenwood Press.
- Böddvarsdóttir, I. ve Elklit, A. (2004). Psychological reactions in Icelandic earthquake survivors. *Scandinavian Journal of Psychology*, 45(1), 3-13. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.2004.00373.x>
- Braun, V. ve Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. Sage Publications.
- Carter, M., Little, P., Mogues, T. ve Negatu, W. (2007). Poverty traps and natural disasters in Ethiopia and Honduras. *World Development*, 35(5), 835–856. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2006.09.010>
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(S1), S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri, SPSS uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and research design choosing among five approaches* (3rd Ed). Thousand Oaks, Sage Publications.
- Doğan, S., Aslanboğa, A. ve Karabağ, Ş. (2024). 6 Şubat 2023 depremlerinin velilerin gözüyle öğrenci eğitim süreçlerine etkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 16(2), 137-152. <https://doi.org/10.55978/sobiadsbd.1366151>
- Drury, J., Brown, R., González, R. ve Miranda, D. (2016). Emergent social identity and observing social support predict social support provided by survivors in a disaster: Solidarity in the 2010 Chile earthquake. *European Journal of Social Psychology*, 46(2), 209-223. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2146>
- Durkheim, É. (1997). *The Division of Labour in Society* (W. D. Halls, Trans.). Free Press. (Original work published 1893)
- Farmer, P. (2005). *Pathologies of power: Health, human rights, and the new war on the poor*. University of California Press
- Fischbacher-Smith, D. ve Fischbacher-Smith, M. (2016). Crisis management as a critical perspective. *Journal of Management Development*, 35(7), 930-940. <https://doi.org/10.1108/JMD-10-2014-0115>
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). Pantheon Books.

- Guest, G., Bunce, A. ve Johnson, L. (2006). How many interviews are enough?: An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Jalali, R. (2002). Civil society and the state: Türkiye after the earthquake. *Disasters*, 26(2), 120-139. <https://doi.org/10.1111/1467-7717.00196>
- Kaygalak, İ. (2023). Kahramanmaraş depremlerinin demografik ve ekonomik etkilerinin coğrafi analizi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (83), 101-114. <https://doi.org/10.17211/tcd.1320312>
- Keskin, M. (2020) *Kriz Yönetimi Kavramı*, Kitapyurdu Doğrudan Yayıncılık
- Keyman, E. F. (2005). Türkiye’de devlet, toplum ve yurttaşlık: Demokratikleşme sürecinde sivil toplumun rolü. İstanbul: TESEV Yayınları.
- Küçükyavaş, T. (2024). Afetle mücadelede yerel yönetimlerin rolü ve etkisi: Japonya-Türkiye karşılaştırması. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 14 (Türkiye-Japonya İlişkileri 100. Yıl Özel Sayısı), 237-255. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1523658>
- Marx, K. (1992). *Capital: Volume I* (Ben Fowkes, Trans.). Penguin Books. (Original work published 1867)
- Moreno, J. (2018). The role of communities in coping with natural disasters: Lessons from the 2010 Chile Earthquake and Tsunami. *Procedia Engineering* 212, 1040-1045. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2018.01.134>
- Naeem, M., Ozuem, W., Howell, K. ve Ranfagni, S. (2023). A Step-by-Step process of thematic analysis to develop a conceptual model in qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods*, 22(11). <https://doi.org/10.1177/16094069231205789>
- Okur Ü, Özaydın T. ve Şen M. (2024) Afetlerde halk sağlığı hizmetlerine ilişkin hemşirelerin deneyimleri ve algıları: nitel bir çalışma. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 11(3), 207-217. <https://doi.org/10.31125/hunhemsire.1436663>
- Özer, M. (2023). Education policy actions by the ministry of national education after the earthquake disaster on February 6, 2023 in Türkiye. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 12(2), 219-232. <https://doi.org/10.14686/buefad.1261101>
- Pancotto, F., Giardini, F. ve Rigbi, S. (2024). Understanding post disaster prosociality: Comparing post earthquake cooperation and fairness in two Italian regions. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 106(9), 104165. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2023.104165>
- Pardo, M., Sánchez, C., Beneitez, Y., Guardiola, P., Ortiz, A., Rosique, A., Alonso, C. ve Castro Delgado, R. (2023). Urban search and rescue operations (USAR) in collapsed buildings after the 2023 earthquake in Türkiye. *Emergencias: Revista de la Sociedad Espanola de Medicina de Emergencias*, 35(4), 288-296. <https://doi.org/10.55633/s3me/E044.2023>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Schrauf, R.W., Victoria Rodríguez, P.C.L. (2024), Disaster solidarity and survivor ethics: A case study of Hurricane María in Puerto Rico. *Disasters*, 48(1), e12593. <https://doi.org/10.1111/disa.12593>
- Sert, H., Horzum, M. B., Eren, M., Pelin, M. ve Uçgul, K. (2024). The disaster of the century, Kahramanmaraş earthquake: A qualitative study on the experiences of the earthquake victims and search and rescue teams. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. 107. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2024.104462>

- Sheikhy, R. A., Javanbakhtian, R.ve Heidari, M. (2025). Looting and antisocial behavior after disasters: A systematic review. *BMC Public Health*. 25(1), 309. <https://doi.org/10.1186/s12889-025-21285-7>
- Smith, J. A., Flowers, P. ve Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research*. SAGE.
- Şeker, A. (2020). İş bölümünün, sosyal politika ve toplumsal dayanışma açısından sosyolojik çözümlemesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 20-27. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.506866>
- Şehitoğlu, B. (2023). Türkiye’de afetlerde sivil toplum kuruluşlarının misyon ve vizyon ifadelerine yönelik sosyolojik bir analiz. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 11. 10.52122/nisantasisbd.1307963.
- Tekeli Yeşil, S, Dedeoğlu, N., Braun-Fahrlander, C. ve Tanner, M. (2010). Factors motivating individuals to take precautionary action for an expected earthquake in Istanbul. *Risk Analysis*, 30(8), 1181-1195 <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2010.01424.x>
- Tekeli Yeşil, S., Pfeiffer, C. ve Tanner, M. (2020). The determinants of information seeking behaviour and paying attention to earthquake-related information. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. 49(4), 101734. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101734>
- van Manen, M. ve van Manen, M. (2021). Doing phenomenological research and writing. *Qualitative Health Research*, 31(6): 1069-1082. <https://doi.org/10.1177/10497323211003058>
- Vicente, R., Ferreira, T., Maio ve R. Koch, H. (2014). Awareness, perception and communication of earthquake risk in portugal: Public survey. *Procedia Economics and Finance*. 18, 271-278. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00940-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00940-X)
- Wu, L. ve Wu, M. (2011). The Employee dissatisfaction with organizational change: An empirical study of a technology service company. *African Journal of Business Management*, 5(4), 1304. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.819>
- Xiang, T., Welch, E.ve Liu, B. (2021). Power of social relations: the dynamics of social capital and household economic recovery post wenchuan earthquake. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. 66, 102607 <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102607>
- Yang, Y. N., Xiao, L. D., Cheng, H. Y., Zhu, J. C. ve Arbon, P. (2010). Chinese nurses' experience in the Wenchuan earthquake relief. *International Nursing Review*. 57(2), 217-223. <https://doi.org/10.1111/j.1466-7657.2009.00795.x>
- Yazıcıoğlu, M. N. ve Aktel, M. (2024). 1999 Marmara depreminin Türk kriz yönetimine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 15(44), 1476-1492. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.1449562>
- Yildiz, A., Teeuw, R., Dickinson, J. ve Roberts, J. (2020). Children's earthquake preparedness and risk perception: A comparative study of two cities in Türkiye, using a modified PRISM approach. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. 49(2), 101666. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101666>
- Zencirkıran, M. (2016) *Sosyoloji*, Dora Yayıncılık.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

PRESENTEİZMİN ÇALIŞAN PERFORMANSINA ETKİSİNDE DEMOGRAFİK FAKTÖRLER VE İŞ POZİSYONUNUN DÜZENLEYİCİ ROLÜ*

THE MODERATING ROLE OF DEMOGRAPHIC FACTORS AND JOB POSITION IN THE EFFECT OF PRESENTEEISM ON EMPLOYEE PERFORMANCE

Dr. Öğr. Üyesi Emel BURAK¹

ÖZ

Bu çalışma, presenteeizmin çalışan performansı üzerindeki etkisini ve bu ilişkide demografik faktörlerin (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi) ile iş pozisyonunun (çalışan veya yönetici olmak) düzenleyici bir rolünün olup olmadığını araştırmaktadır. Nicel bir araştırma olarak tasarlanan çalışmanın evrenini, Marmara Bölgesi'nde mal ve hizmet üreten işletmelerde çalışan tüm bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen 600 gönüllü işletme çalışanından oluşmaktadır. Veriler, hazırlanan anket formu aracılığıyla yüz yüze/elden teslim edilerek ve çevrim içi yöntemle toplanmıştır. Analiz sürecinde SPSS 25.0 ve AMOS 24.0 istatistik paket programları kullanılmıştır. Analiz sonucunda, presenteeizmin çalışan performansı üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, demografik değişkenlerin bu ilişki üzerinde düzenleyici bir etkisinin bulunmadığı, ancak iş pozisyonunun belirleyici bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle yöneticilerin, presenteeizmin performansı üzerindeki olumsuz etkilerinden daha az etkilendiği belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, teorik ve ampirik literatür çerçevesinde tartışılmış ve bu doğrultuda çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Presenteeizm, Çalışan Performansı, Demografik Faktörler, İş Pozisyonu, Düzenleyici Etki.

JEL Sınıflandırma Kodları: M10, M54, D23, J24.

ABSTRACT

The study examines the impact of presenteeism on employee performance and investigates whether demographic factors (gender, age, marital status, education level) and job position (employee or manager) play a moderating role in this relationship. Designed as a quantitative study, the research population consists of all individuals employed in businesses producing goods and services in the Marmara Region. The sample comprises 600 voluntary business employees selected through a convenience sampling method. Data are collected via a structured questionnaire, administered both face-to-face and online. Statistical analyses are conducted using SPSS 25.0 and AMOS 24.0 software packages. The analysis results indicate that presenteeism has a significant and negative impact on employee performance. However, while demographic variables do not have a moderating effect on this relationship, job position is identified as a determining factor. Specifically, managers are found to be less affected by the negative impact of presenteeism on performance. The findings are discussed within the framework of theoretical and empirical literature, and various recommendations are provided accordingly.

Keywords: Presenteeism, Employee Performance, Demographic Factors, Job Position, Moderator Effect.

JEL Classification Codes: M10, M54, D23, J24.

* Bu çalışma için Kırklareli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu E-35523585-199-106693 sayılı ve 18.12.2023 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Kırklareli Üniversitesi, Vize Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü, emelburak@klu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Presenteeism is explained as the inability of an individual to fully devote his/her mental and physical energy to work despite being physically present at work (Gilbert & Karimi, 2012, p. 115). In addition, the fact that employees continue to be at work despite loss of productivity due to health problems is also considered as an important component of presenteeism (Hummer, 2002; Karanika-Murray et al., 2015, p. 101). The study aims to examine the impact of presenteeism on employee performance and to determine whether this relationship is moderated by demographic factors (gender, age, marital status, and education level) and job position (employee or manager). The effects of employees being present at work despite being ill on both individual and organizational performance have become increasingly important in recent years. The theoretical framework of the study is based on Conservation of Resources Theory (Hobfoll, 1989), Social Identity Theory (Tajfel & Turner, 1979), Social Role Theory (Eagly, 1987), and Organizational Support Theory (Eisenberger et al., 1986). In line with this theoretical background, empirical findings are utilized to contribute to the existing literature. The originality of the study lies in addressing the contradictory findings in the literature regarding the impact of presenteeism on employee performance. By employing a large dataset covering various sectors, the study aims to examine this effect and identify the contextual factors that moderate the relationship, thereby filling a gap in the literature. In this context, based on theoretical and empirical findings, the effects of presenteeism on employee performance are investigated, and the factors influencing this relationship (individual/demographic factors and organizational factor/job position) are analyzed through the development and testing of hypotheses.

Design/methodology/approach:

In this study, a quantitative research method was employed, and data were collected through a survey technique. Using a convenience sampling method, 600 individuals working in various sectors in the Marmara Region were reached. The scales used in the study were adapted from measurement instruments that have been empirically validated for reliability and validity in previous studies. The adapted scales were presented to participants in a 5-point Likert scale format. The presenteeism scale (Koopman et al., 2002; Moç, 2018) measures employees' tendency to come to work even when they are physically or mentally unfit to perform their tasks due to illness. The employee performance scale (Rahman & Bullock, 2005; Şehitoğlu & Zehir, 2010) assesses employees' productivity levels. Three main hypotheses were tested in the study: (H1) Presenteeism has a significant and negative impact on employee performance. (H2) Demographic characteristics play a moderating role in the relationship between presenteeism and employee performance. (H3) Job position plays a moderating role in the relationship between presenteeism and employee performance. For data analysis, SPSS 25.0 and AMOS 24.0 statistical software packages were utilized.

Findings:

The research findings indicate that presenteeism has a significant and negative impact on employee performance ($\beta = -0.36$, $p < 0.05$). The hypothesis that presenteeism reduces employee productivity and diminishes contributions to work processes is empirically supported through the analyses conducted in the study. When previous empirical studies are examined, this finding aligns with research demonstrating the adverse effects of presenteeism in the literature (Aboagye et al., 2019; Çiçeklioğlu & Taşlıyan, 2019; Shan et al., 2021; Yıkılmaz & Sürücü, 2025). However, the results of the moderator analyses indicate that demographic variables (gender, marital status, age, and education level) do not play a significant moderating role in the relationship between presenteeism and employee performance ($p > 0.05$). On the other hand, job position is identified as a significant moderating variable in the effect of presenteeism on employee performance ($\beta = 0.11$, $p = 0.01$). The findings suggest that managers are less affected by the negative impact of presenteeism compared to employees.

Conclusion and Discussion:

The study is designed to fill the existing gap in the literature where there are conflicting findings on the effect of presenteeism on employee performance by investigating this effect using a large data set covering different sectors and examining which contextual factors regulate this effect. The research findings indicate that presenteeism has a negative impact on employee performance and that employees' presence at work despite being ill leads to productivity loss. However, while the effect of demographic variables on this relationship is found to be limited, job position is identified as a significant determinant. Several recommendations are developed for managers and policymakers. These include adopting flexible work policies and encouraging employees to take leave when they are unwell, enhancing organizational support mechanisms, reevaluating leadership approaches, and providing awareness training for managers to enable them to change organizational norms that promote presenteeism. Additionally, revising performance evaluation systems and developing assessment methods based on productivity rather than mere physical presence at the workplace are proposed as strategies to address the issue of presenteeism. One of the study's limitations is its cross-sectional design. Future longitudinal studies are expected to provide a deeper understanding of the impact of presenteeism on employee performance.

1. GİRİŞ

Örgütsel davranış ve insan kaynakları yönetimi alanlarında çalışan verimliliği ve iş performansı, işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesinde kritik öneme sahiptir. Ancak, bireysel ve örgütsel faktörler, çalışanların iş yerindeki performansını doğrudan etkileyebilmekte ve zaman zaman iş verimliliğinde beklenmeyen kayıplara yol açabilmektedir. Bu bağlamda, literatürde son yıllarda giderek daha fazla ilgi gören presentizm kavramı, iş performansının düşmesine neden olan ancak geleneksel insan kaynakları yönetimi uygulamalarında yeterince ele alınmayan bir olgu olarak öne çıkmaktadır. Presentizm, çalışanların fiziksel veya psikolojik rahatsızlıklarına rağmen işyerinde bulunmaya devam etmeleri ve bu durumun iş verimliliği üzerinde olumsuz sonuçlar doğurması şeklinde tanımlanmaktadır (Johns, 2010, s. 520; Gilbeart ve Karimi, 2012, s. 115). Bu kavramın, iş güvencesi kaygıları, ekonomik krizler, işyerinde performans baskısı, örgütsel bağlılık ve sosyal normlar gibi çeşitli faktörlerle ilişkilendirildiği görülmektedir (Aronsson vd., 2000, s. 502; Dev vd., 2005, s. 2273).

Presentizm, tarihsel olarak absenteizmin (işe devamsızlık) zıttı olarak ele alınmış ve çalışanların hasta olmalarına rağmen işyerinde fiziksel olarak bulunmalarının olumlu bir durum olarak hatta kahramanca bir davranış şeklinde değerlendirildiği ifade edilmiştir (Giæver vd., 2016, s. 5). Ancak, 1990'lı yıllardan itibaren yapılan araştırmalar, hasta veya zihinsel olarak işine odaklanamayan bir çalışanın işyerinde bulunmasının bireysel ve örgütsel verimlilik açısından ciddi olumsuz sonuçlar doğurabileceğini ortaya koymuştur (Aronsson vd., 2000; Sanderson vd., 2007, s. 65; Martinez ve Ferreira, 2012; Cooper ve Lu, 2016, s. 217). Özellikle sağlık problemleri nedeniyle üretkenlik kaybı yaşansa da çalışanların işyerinde bulunma zorunluluğu hissetmesi, bireysel performans kayıplarının yanı sıra, örgüt içindeki iş birliği süreçlerini ve genel iş ortamını da olumsuz etkilemektedir (Hummer vd., 2002; Karanika-Murray vd., 2015, s. 101; Jiang vd., 2023, s. 1).

Presentizmin bireysel performans üzerindeki etkileri literatürde farklı açılardan ele alınmıştır. Presentizmin yüksek iş ahlakı ve örgütsel bağlılığın bir göstergesi olarak değerlendirilebileceği ve kısa vadede çalışanların iş sürekliliğine katkı sağlayabileceği yönünde bulgular bulunmaktadır (O'Callaghan, 2013; Yang vd., 2017). Ancak, giderek artan sayıda çalışma, presentizmin uzun vadede çalışan tükenmişliğine, motivasyon kaybına ve örgütsel üretkenlikte azalmaya yol açtığını göstermektedir (Baysal vd., 2014, s. 137; McGregor vd., 2016, s. 402; Demirgil ve Mücevher, 2017; Yıkılmaz ve Sürücü, 2025). Fiziksel veya psikolojik sağlık sorunlarına rağmen çalışmaya devam eden bireylerin üretkenlik kaybı yaşadığı, bu kaybın fark edilmesinin ise genellikle zor olduğu belirtilmektedir (Isetti ve Meyer, 2014, s. 700). Bu durum, işyerinde var olan ancak performans gösteremeyen bireylerin uzun vadede örgütsel maliyetleri artırdığını ve insan kaynakları yönetimi açısından kritik bir sorun oluşturduğunu göstermektedir (McGregor vd., 2016). Özellikle iş güvencesi kaygıları, performans baskısı ve örgütsel bağlılık gibi faktörlerin çalışanları hasta olsalar bile işe gelmeye zorladığı ve bunun uzun vadede iş tatminsizliği üretkenlik kayıpları gibi sonuçlar doğurduğu görülmektedir (Hummer vd., 2002; Karanika-Murray vd., 2015, s. 101; Jiang vd., 2023, s. 1). Ancak, presentizmin çalışan performansı üzerindeki etkileri konusunda literatürde net bir fikir birliği bulunmamakta ve bu ilişkiyi hangi faktörlerin düzenlediği konusu yeterince araştırılmamış durumdadır (Yang vd., 2017; Lohaus vd., 2021).

Araştırmanın teorik temelleri Kaynakların Korunması Teorisi (Hobfoll, 1989), Sosyal Kimlik Teorisi (Tajfel ve Turner, 1979), Sosyal Rol Teorisi (Eagly, 1987) ve Örgütsel Destek Teorisi (Eisenberger vd., 1986) çerçevelenmektedir. Özellikle Kaynakların Korunması Teorisi, çalışanların mevcut psikolojik ve fiziksel kaynaklarını koruma eğiliminde olduklarını ve bu eğilimin iş kaygısı gibi faktörlerle birlikte presentizmi artırabileceğini öne sürmektedir (Baker-McClearn vd., 2010; Jiang vd., 2023). Buna göre, çalışanlar, iş güvencesi kaygısı, kariyer beklentileri ve ekonomik güvencelerini yitirmeme çabası nedeniyle hasta olsalar dahi işyerinde bulunmaya devam etmektedirler (Aronsson vd., 2000). Ancak bu süreç, uzun vadede bireylerin tükenmişlik yaşamasına, fiziksel ve psikolojik kaynaklarını tüketmelerine ve performanslarının düşmesine neden olmaktadır (Hobfoll, 1989). Bununla birlikte, Sosyal Kimlik ve Sosyal Rol Teorileri, presentizmin yalnızca bireysel değil, aynı zamanda sosyal ve örgütsel dinamikler tarafından yönlendirilen bir olgu olduğunu göstermektedir (Koopman vd., 2002; Aronsson ve Gustafsson, 2005). Örgütsel düzeyde, presentizmin uzun vadede hem bireysel hem de kurumsal maliyetleri artırdığı bilinmekle birlikte, hangi örgütsel bağlamlarda presentizmin daha belirgin olduğu, hangi sektörlerde çalışanların daha fazla presentizm eğilimi gösterdiği ve hangi yönetsel uygulamaların presentizmi azaltabileceği konularında literatürde yeterince ayrıntılı çalışmalar bulunmamaktadır (Pei vd., 2020).

Literatürde presentizmin bireysel ve örgütsel sebeplere dayandığını ifade eden çok sayıda araştırma (Aronsson ve Gustafsson, 2005; Dew ve Taupo, 2009; Coşkun, 2012; Baysal vd., 2014; Kaygın vd., 2017; Üzüm ve Şenol, 2019) vardır. Buna rağmen presentizmin çalışan performansına etkisinde demografik faktörlerin (cinsiyet, yaş,

medeni durum, eğitim seviyesi) ve örgütsel bağlamın (çalışanın hiyerarşik konumu, yönetici olup olmaması) düzenleyici etkisinin tespit edilmesine yönelik bakir bir alan bulunmaktadır. Örneğin, toplumsal normlar nedeniyle kadın çalışanların hasta olduklarında bile işe gitme eğilimlerinin erkeklere kıyasla daha yüksek olduğu, yöneticilerin ise pozisyonlarını kaybetme korkusu nedeniyle presenteizmi daha fazla sergiledikleri bulgusu literatürde yer almaktadır (Baysal vd., 2014). Ancak, bu değişkenlerin presenteizmin çalışan performansına etkisini nasıl yönlendirdiğine dair kapsamlı analizler eksiktir. Bu çalışmanın özgün değeri, presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisine dair çelişkili bulguların bulunduğu literatürde, farklı sektörleri kapsayan geniş bir veri seti kullanarak bu etkiyi araştırmak ve hangi bağlamsal faktörler tarafından düzenlendiğini inceleyerek mevcut boşluğu doldurmaktır. Yapılan bu çalışma, bu konuda yapılan araştırmalara yeni bir bakış açısı getirmeyi hedeflemektedir. Bu yönüyle hem akademik literatüre hem de iş dünyasına yönelik anlamlı çıkarımlar sunarak, presenteizmin yönetimi konusunda uygulanabilir stratejiler geliştirilmesine de zemin hazırlamaktadır.

2. TEORİK ALTYAPI

2.1. Presenteizm Kavramı

Presenteizm kavramı, literatürde zaman içinde farklı anlamlar kazanmış ve kullanım açısından değişiklik göstermiştir. 1970'li yıllarda absenteizmin (devamsızlık) karşıtı olarak ele alınan presenteizm, 1980'li yıllardan itibaren işletmecilik alanında önemli bir değişken olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (Johns, 2010, s. 520). 1990'lı yıllardan itibaren yönetim alanında kullanılan presenteizm kavramı (Cooper, 1996; Özel ve Erbaşı, 2023, s.121), ekonomik durgunluk, şirket birleşmeleri ve iş güvencesine yönelik kaygılar gibi çeşitli faktörler nedeniyle çalışanların gereğinden fazla iş yerinde bulunmaları veya en azından iş yerinde görünmek zorunda kalmalarıyla daha yaygın hale gelmiştir (Aronsson vd., 2000). Cooper (1996), presenteizmi, çalışanın iş başında olmasına rağmen hastalık veya aşırı uzun çalışma saatleri nedeniyle düşük performans göstermesi olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde, Gilbert ve Karimi (2012, s. 115), presenteizmi, bireyin fiziksel olarak iş yerinde bulunmasına rağmen zihinsel ve fiziksel enerjisini tam anlamıyla işe verememesi olarak açıklamaktadır. Bunun yanı sıra, çalışanların sağlık problemleri nedeniyle üretkenlik kaybına rağmen iş yerinde olmaya devam etmeleri de presenteizmin önemli bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir (Hummer, 2002; Karanika-Murray vd., 2015, s. 101). Başlangıçta presenteizmin iş bağlılığı ve mükemmel devamlılık ile eşdeğer olduğu düşünülse de (Johns, 2010, s. 520; O'Callaghan, 2013), zamanla çalışan verimliliğini olumsuz etkileyen bir faktör haline geldiği belirlenmiştir (Jiang vd., 2023, s.1). Çeşitli araştırmalar, presenteizmin iş yerinde verimlilik kaybına ve çalışanların yeteneklerinde azalmaya yol açtığını ortaya koymaktadır (Sanderson, 2007, s. 65; Martinez ve Ferreira, 2012; Baysal vd., 2014, s. 137; Saygın, 2017; Arslaner ve Boylu, 2021, s. 129). Ayrıca, küçülme, ücret yönetimi ve istihdam sürekliliği gibi örgütsel politikaların da presenteizmi artıran faktörler olduğu belirtilmektedir (Johns, 2010, s. 524).

Günümüzde presenteizm, hemşirelik yönetimi, halk sağlığı ve iş psikolojisi gibi disiplinlerde de yaygın olarak ele alınmaktadır (Guo vd., 2023, s. 2). Çalışanın yasal bir mazereti (örneğin hastalık) olmasına rağmen işe gitmeye devam etmesi, presenteizmin temel göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir (Hansen ve Andersen, 2008, s. 957; Dew vd., 2005, s. 2273). Literatürde presenteizmin nedenleri farklı açılardan ele alınmaktadır (Hervieux vd., 2023, s. 1148). Sağlık sorunları, presenteizmin en önemli nedenlerinden biri olarak görülmektedir. Migren (Vo vd., 2018; Ruhle vd., 2020, s. 345; Min vd., 2021, s. 2), astım (Hiles vd., 2018), diyabet (Jeon vd., 2014; Ruhle vd., 2020, s. 345), yüksek tansiyon, obezite (Jeon vd., 2014), böbrek hastalıkları (de Abreu vd., 2013), kas-iskelet sistemi ağrıları (Min vd., 2021, s. 2; Martinez ve Ferreira, 2012, s. 297; Letvak vd., 2012, s. 30), soğuk algınlığı ve solunum yolu hastalıkları (Ruhle vd., 2020, s. 345; Webster vd., 2019, s. 1; Daniels vd., 2021) gibi fiziksel rahatsızlıkların presenteizmi tetiklediği belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, depresyon, anksiyete ve kaygı gibi psikolojik rahatsızlıkların da presenteizme yol açabileceği belirtilmektedir (Hemp, 2004; İşcan ve Moç, 2018, s. 381).

Fiziksel hastalıklar genellikle daha kolay fark edilip tolere edilebilirken, psikolojik rahatsızlıklar daha az belirgin olup çoğunlukla göz ardı edilmektedir. Bu nedenle, çalışanlar işe gelmeye devam etseler bile yaşadıkları psikolojik sorunları çözmeye yönelik herhangi bir adım atmamaktadır. Öte yandan, presenteizmin yalnızca bireysel sağlık problemleriyle açıklanamayacağı vurgulanmaktadır (Patel vd., 2012, s. 215-216). İş güvencesi kaygısı, işin doğasındaki riskler, örgüt yapısındaki belirsizlik, düşük adalet algısı, iş tatminsizliği, mobbing, iş yeri çatışmaları, ceza uygulamaları ve iş-yaşam dengesizliği gibi faktörlerin de presenteizmi artırdığı görülmektedir (Patel vd., 2012, s. 216; Baysal vd., 2014, s. 137; Halbesleben vd., 2014, s. 179; Karanika-Murray vd., 2015, s. 101; Dalkılıç ve Seren, 2018, s. 124). Bu süreç, devamsızlık oranlarının yükselmesine ve iş gücü devir oranının artmasına neden olarak örgütsel verimliliği olumsuz etkilemektedir (Patel vd., 2012, s. 215; Saygın, 2017; Arslaner ve Boylu, 2021; Jiang, 2023).

Literatür taraması neticesinde presenteizmin tespit edilmesi ve önlenmesinin karmaşık bir süreç olduğu görülmektedir (Isetti ve Meyer, 2014, s. 700). Bu nedenle, presenteizmin teorik dinamiklerinin açıklanması, iş yerindeki çalışan davranışlarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktadır (McGregor, 2017, s. 4). Presenteizm, çalışanların fiziksel olarak iş yerinde bulunmalarına rağmen sağlık problemleri nedeniyle düşük kapasiteyle çalıştıkları bir durumu ifade etmektedir (Martinez ve Ferreira, 2012, s. 97). Bu bağlamda, presenteizmin uzun vadeli etkileri ve yönetim stratejileri üzerine daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir.

2.2. Çalışan Performansı Kavramı

Performans kavramı, belirlenen amaçlara ve standartlara, belirli bir zaman dilimi içinde ulaşma kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (Armstrong ve Baron, 2005, s. 9). Performansın değerlendirilmesi ise, çalışanın iş başında sergilediği davranışların ve gerçekleştirdiği görevlerin iş için yeterli olup olmadığını belirleme sürecidir. Ancak en yaygın değerlendirme ölçütü, verimlilik esasına dayalı performans analizidir. Performans verimliliği, çalışanın bilgi, yetenek ve becerilerine uygun bir işi, belirlenen amaçlar, standartlar ve zaman çerçevesi içinde gerçekleştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Şehitoğlu, 2010, s. 97). Çalışanın ortaya koyduğu performans, iş sırasında gösterdiği verimlilik düzeyini belirlemektedir.

Çalışan performansı, örgüt tarafından belirlenen iş tanımı ve standartlarına uygun olarak görevleri yerine getirme kapasitesi olarak ifade edilmektedir (Sendawula vd., 2018, s. 3). Çalışanın gösterdiği çaba ile performansı arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır (Bataineh, 2019, s. 103). İşletmeler için çalışan performansını yüksek seviyelere çıkarmak, sürdürülebilirlik açısından kritik bir unsur olmakla birlikte, aynı zamanda yönetilmesi zor bir süreçtir (Vosloban, 2012, s. 661). Bu noktada, çalışanın bireysel hedefleri ile işletmenin kurumsal hedefleri arasında uyum sağlanması büyük önem taşımaktadır. Çalışan, ancak bu dengenin kurulduğu durumlarda kapasitesini en üst düzeyde ortaya koymaya daha yatkın hale gelebilmektedir. İşletme hedefleri ile çalışan hedefleri arasında pozitif bir bağ kurulması, motivasyonu artıran kritik eşik olarak ifade edilebilir. Çalışanın kendisini desteklenmiş hissettiği durumlarda performansında önemli artışlar gözlemlenmektedir (Longe, 2014). Bu nedenle, işletme yönetiminin çalışanlara yönelik tutumunun, onların kendilerini değerli hissetmelerini sağlayacak şekilde şekillendirmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, işletme ve çalışan hedeflerinin karşılıklı olarak öğrenilmesi ve uyumlaştırılması gerekmektedir (Luecke, 2008, s. 101).

Çalışanların istek ve ihtiyaçlarının önceden tahmin edilmesi, yüksek performanslı ekipler oluşturmak için stratejik bir adımdır (Sulliman, 2001, s. 1049). Uygulanan performans geliştirme stratejileri sonucunda, belirlenen hedeflere ne ölçüde yaklaşıldığının değerlendirilmesi, performans kavramının farklı bir yönünü ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışan performansının; üretim miktarı, üretim süresi, iş birliği ve ekip ruhu, çalışanın işe yönelik tutumu gibi çeşitli değişkenler ile doğrudan ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

2.3. Değişkenler Arası İlişkiler ve Hipotez Geliştirme

Çalışanın iş yerinde verimli çalışmasını engelleyen çeşitli örgütsel ve bireysel nedenler bulunmasına rağmen işe gelmesi ve çalışıyormuş gibi görünmesi olarak tanımlanan presenteizmin, iş yeri verimliliği ve performansını olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur (Çetin ve Çeven, 2021, s. 291). Ekonomik açıdan bakıldığında, presenteizm üretkenlik kaybına neden olmakta (Vural, 2024, s. 1011) ve uzun vadede işletmelerin katlanmak zorunda olduğu önemli maliyetlerle sonuçlanmaktadır (Hemp, 2004).

Literatürde presenteizmin teorik altyapısı incelendiğinde, Kaynakların Korunması Teorisi'ne (Hobfoll, 1989) dayandığı görülmektedir. Bu teori, bireylerin sahip oldukları fiziksel, psikolojik ve sosyal kaynakları koruma eğiliminde olduklarını öne sürmektedir. Presenteizm, çalışanların işlerini kaybetme korkusu, kariyer beklentileri veya ekonomik güvencelerini kaybetmemek adına mevcut kaynaklarını koruma çabasıyla işe gelmelerine yol açabileceği düşünülmektedir (Baker-McClearn vd., 2010). Ancak hasta veya tükenmiş bir çalışanın kaynakları sınırlı olduğu için iş performansı olumsuz etkilenmekte, çalışanların etkinliği ve verimliliği üzerinde olumsuz bir etki yaratarak performans kaybına neden olmaktadır (Aronsson ve Gustafsson, 2005; Çetin ve Çeven, 2021). Uzun vadede ise bu durum tükenmişlik ve düşük performans ile sonuçlanabilmektedir (Aronsson vd., 2000).

1990'lı yılların sonuna doğru presenteizm, birçok üst yönetici tarafından olumlu bir kavram olarak ele alınmış ve işe bağlılığın bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir (Çetin ve Çeven, 2021, s. 278). "Ne kadar çok iş başında vakit geçirilirse, o kadar verimli olunur" anlayışı yaygınlaşmış ve bu verimliliği ölçmeye yönelik araştırmalar gerçekleştirilmiştir (Çetin ve Çeven, 2021, s. 279). Günümüzde de presenteizmin performans üzerindeki olumlu etkisini destekleyen araştırmalar da bulunmaktadır (Yang vd., 2017; Kinman, 2019; Lohaus ve Habermann, 2021;

Şahin ve Kanbur, 2022; Wang vd., 2023; Vural, 2024). Bu sonuçlar, Taylorizm yaklaşımının günümüze yansımaları olarak değerlendirilebilir. Ancak uzun vadede presenteizmin işletme verimliliği ve üretkenliği üzerinde olumsuz etkiler yarattığını güçlü şekilde savunan araştırmalar çoğunluktadır (Cooper, 1998, s. 314). Presenteizmin düşük işletme verimliliği (Yeşiltaş ve Ayaz, 2019), düşük çalışan verimliliği ve düşük iş kalitesi (Aboagye vd., 2019) ile yüksek işletme maliyetlerine (Burton vd., 2004; Yıldız vd., 2017) neden olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca presenteizm ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve pozitif ilişkisi olduğu ispatlanmıştır (Wynen vd., 2022; Türkkan ve Soyman, 2023). İşletmelerin presenteizm kaynaklı maliyetlerinin, işe devamsızlıktan kaynaklanan maliyetlerden çok daha yüksek olduğu da desteklenmektedir (Collins vd., 2018; Bayram, 2019, s. 313). Bu nedenle, çalışanların fiziksel ve ruhsal olarak kendilerini sağlıklı hissetmedikleri dönemlerde iş yerine gelmek yerine izin almalarının teşvik edilmesi gerektiği savunulmaktadır (Pei vd., 2020).

Literatürde presenteizm ile çalışan performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Baker-McClearn vd. (2010, s. 313) tarafından İngiltere’de 9 kuruluş üzerinde yapılan bir araştırmada, presenteizmin çalışma performansını düşürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde, Aboagye vd. (2019) tarafından İsveç’te 3525 çalışanın katılımıyla gerçekleştirilen bir araştırmada, presenteizmin çalışan performansında bozulmalara yol açtığı tespit edilmiştir. Çin’de 481 hemşire ve 282 başhemşire ile yürütülen bir araştırmada ise presenteizmin olumsuz performansa neden olduğu ve işletmeye yüksek maliyetler getirdiği belirlenmiştir (Shan vd., 2021). İlgili çalışmada, bu sonuçların sosyoekonomik açıdan değerlendirilerek uygun politikalar geliştirilmesi gerektiği öne sürülmüştür (Shan vd., 2021).

Türkiye’de yapılan çalışmalar incelendiğinde, Yıkılmaz ve Sürücü (2025) tarafından 4 ve 5 yıldızlı otellerde yürütülen bir araştırmada, 361 kişiden elde edilen veriler doğrultusunda presenteizmin performansı anlamlı ve negatif yönde etkilediği bulunmuştur. Benzer şekilde, ulusal literatürde de bu bulguları destekleyen çalışmalar mevcuttur (Çiçeklioğlu ve Taşlıyan, 2019; Yılmaz ve Günay, 2020; Bakan vd., 2022; Türkkan ve Soyman, 2023). Ancak literatürde presenteizmin performans üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi olduğunu destekleyen bulgular da görülmektedir (Şahin ve Kanbur, 2022; Vural, 2024). Çalışmalar, detayları incelendiğinde bunun kısa süreli ve sektörel bazda bir etki olabileceği düşünülmüştür. Mevcut literatürde, presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisine yönelik ampirik çalışmalarda çelişkili bulguların olduğu görülmektedir. Bu farklılıklar birçok parametre ile açıklanmaya çalışılmış ve etkilerin örgütsel veya kişisel nedenlerden kaynaklanabileceği belirtilmiştir (Baker-McClearn vd., 2010). Literatürde, bu konuda bir boşluk olduğu ve araştırma alanının genişletilmesi gerektiği yönündeki çağrılar dikkate alınarak bu çalışmanın temeli oluşturulmuştur. Geniş bir veri seti ve farklı sektörleri kapsayan güncel bir araştırmaya ihtiyaç duyulduğu düşüncesiyle yürütülen bu çalışmada, mevcut literatüre dayanarak presenteizmin çalışan performansı üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisi olabileceği öne sürülmüş ve bu iddiayı test etmek amacıyla aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H1: Presenteizm, çalışan performansı üzerinde anlamlı ve negatif bir etkiye sahiptir.

Presenteizme yönelik ampirik bulgulardaki farklılıklar, sosyo-kültürel dinamikler çerçevesinde değerlendirildiğinde, Sosyal Kimlik Teorisi (Tajfel ve Turner, 1979) ve Sosyal Rol Teorisi (Eagly, 1987) ile açıklanabilir. Sosyal Kimlik Teorisi’ne göre, bireyler sosyal kategoriler üzerinden kimlik geliştirir ve bu kimlik, davranışlarını şekillendirir. Sosyal Rol Teorisi ise, bireylere atfedilen sosyal rollerin onların davranışlarını doğrudan etkilediğini öne sürmektedir. Presenteizm bağlamında, cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim seviyesi gibi demografik faktörlerin farklılık gösterebileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda ilgili literatür incelenmiş, teorik ve ampirik çalışmalar doğrultusunda demografik değişkenlerin (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi) presenteizm ile çalışan performansı arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediğine dair hem birbirini destekleyen hem de çelişen bulgulara ulaşılmıştır. Aşağıda detayları sunulan bu çalışmalar, çeşitli değişkenlerle açıklanmaya çalışılmış olsa da demografik değişkenlerin düzenleyici etkisine yönelik derinlemesine araştırmaların eksikliği, bu çalışmayı önemli ve özgün kılmaktadır. Literatürdeki bu boşluğu gidermek amacıyla, presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde demografik faktörlerin düzenleyici rol oynayabileceği öne sürülerek bu doğrultuda hipotezler geliştirilmiştir.

H2: Presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde demografik özelliklerin düzenleyici (moderatör) etkisi vardır.

Literatürde, cinsiyet değişkeni ile presenteizm arasındaki olası etki ve farklılıklar araştırılmıştır. Çalışmalar, kadın çalışanların erkeklere oranla daha fazla presenteizm sergilediğini göstermektedir (Aronsson vd., 2000; Koopman vd., 2002). Aronsson ve Gustafsson (2005) de kadın çalışanların erkeklere kıyasla daha sık presenteizm gösterdiğini belirtmektedir. Bunun temel nedeni, kadınların iş-aile dengesi kurma çabaları ve daha fazla stres

yaşamları gösterilmektedir (Koopman vd., 2002). Bununla birlikte, Simpson (1998) ve Demerouti vd. (2009), yöneticilik pozisyonundaki erkeklerin rekabet nedeniyle hasta olduklarında bile işe gitme eğiliminde olduklarını öne sürmektedir. Cinsiyetin presentizm üzerindeki etkisi konusunda farklı bulgular bulunmasına rağmen, bazı çalışmalar cinsiyet ve presentizm arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur (Yeşiltaş ve Ayaz, 2019; Üzümlü ve Şenol, 2019; Seçkin ve Çakmak, 2019; Akyol ve Evren, 2022). Bu çelişkili bulgular, cinsiyetin presentizme etkisinin bağlamsal faktörlere bağlı olarak değişebileceğini düşündürmektedir. İlgili literatüre dayanarak H2a hipotezi geliştirilmiştir;

H2a: Presentizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde cinsiyetin düzenleyici (moderatör) etkisi vardır.

Demografik özellikler kapsamında, medeni durum ile presentizm arasındaki ilişkiye yönelik ampirik çalışmalar incelendiğinde, evli bireylerin iş güvencesine daha fazla önem verdiği ve bu nedenle presentizme daha yatkın olduğu belirlenmiştir (Coşkun, 2012; Etyemez, 2016). Coşkun (2012), evli çalışanların ekonomik ve ailevi yükümlülükleri nedeniyle presentizmi daha fazla sergilediğini öne sürmüştür. Araştırmalar, evli bireylerin hasta olsalar dahi işlerini kaybetme korkusuyla işe devam ettiklerini göstermektedir (Kaygın vd., 2017). Bununla birlikte, Baysal vd. (2014), evli çalışanların presentizmi daha fazla sergilemediğini ve medeni durumun belirleyici bir faktör olmadığını ortaya koymuştur. Benzer şekilde, medeni durum ile presentizm arasında anlamlı bir ilişki olmadığına dair bulgular da mevcuttur (Üzümlü ve Şenol, 2019; Akyol ve Evren, 2022). Bu farklı sonuçlar, medeni durumun presentizm üzerindeki etkisinin bireysel ve örgütsel faktörlere bağlı olarak değişebileceğini göstermektedir. İlgili literatüre dayanarak H2b hipotezi geliştirilmiştir;

H2b: Presentizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde medeni durumun düzenleyici (moderatör) etkisi vardır.

Eğitim seviyesi, İnsan Sermayesi Teorisi'ne (Becker, 1964) göre, bireylerin bilgi ve beceri düzeyleri açısından işyerindeki performanslarını belirleyen önemli faktörlerden biridir. Teoriye göre, eğitim düzeyi arttıkça çalışanların iş yerindeki sorumlulukları artmakta ve presentizm eğilimleri değişmektedir. Agudelo-Suárez vd. (2010), üniversite mezunu çalışanların daha fazla presentizm sergilediğini tespit etmiştir. Buna karşılık Mandıracıoğlu (2013) ise fiziksel işlerde çalışan bireylerin, bedensel rahatsızlıkları nedeniyle daha yüksek presentizm oranına sahip olduğunu vurgulamaktadır. Öte yandan, eğitim seviyesi ile presentizm arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşan ampirik çalışmalar da bulunmaktadır (Seçkin ve Çakmak, 2019; Üzümlü ve Şenol, 2019; Akyol ve Evren, 2022). İlgili literatürdeki bulgular doğrultusunda eğitim seviyesinin presentizm ile çalışan performansı arasında düzenleyici etkisi olabileceği iddia edilmiş ve sınanmak üzere H2c hipotezi geliştirilmiştir;

H2c: Presentizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde eğitim seviyesinin düzenleyici (moderatör) etkisi vardır.

Ampirik çalışmalar, yaş ilerledikçe iş tatmininin arttığını ve presentizm eğiliminin azaldığını göstermektedir (Dew ve Taupo, 2009). Ancak Baysal vd. (2014), yaş ilerledikçe sağlık sorunlarının arttığını ve bu nedenle presentizm eğiliminin yükseldiğini belirtmektedir. Bu bulgu Dew vd. (2005), Coşkun (2012), Yang vd., (2016) ve Akyol ve Evren (2022) tarafından desteklenmiştir. Buna karşın, Yılmaz ve Günay (2020), yaş ile presentizm arasında anlamlı bir ilişki bulamamıştır. Benzer bulgulara ulaşan başka çalışmalar da mevcuttur (Seçkin ve Çakmak, 2019; Üzümlü ve Şenol, 2019). Bu kapsamda ilgili literatür ekskinde H2d hipotezi geliştirilmiştir;

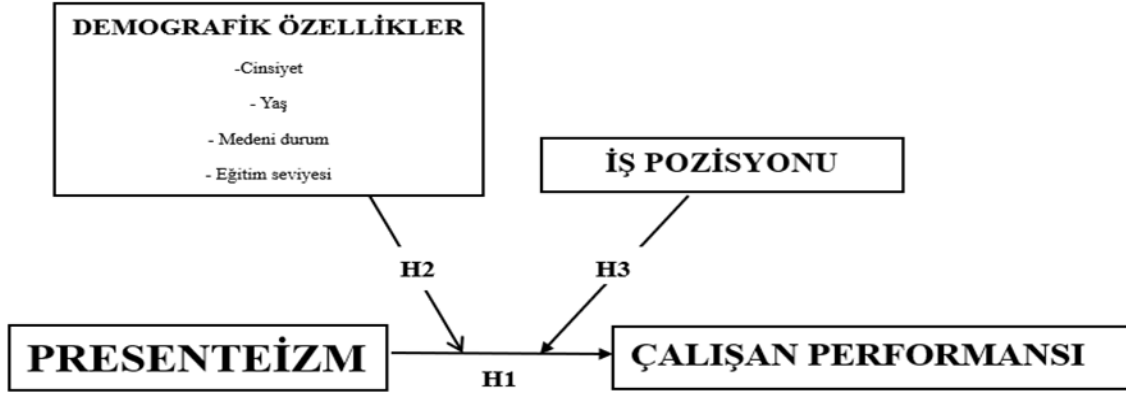
H2d: Presentizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde yaşın düzenleyici (moderatör) etkisi vardır.

Sosyal Değişim Teorisi'ne (Blau, 1964) göre, çalışanların iş yerinde sergilediği davranışlar, kendilerine sunulan fırsatlar ve statü ile doğrudan ilişkilidir. Üst düzey yöneticiler, kariyerlerinde ilerleme kaygısıyla hasta olsalar bile işe gitmeye devam edebilir ve performanslarını korumak için ekstra çaba gösterebilirler (Simpson, 1998). Ancak, Baysal vd. (2014), yaş arttıkça presentizmin de yükseldiğini belirterek, yöneticilerin iş yerinde bulunma zorunluluğu hissettiklerini vurgulamaktadır. Örgütsel Destek Teorisi (Eisenberger vd., 1986) ise çalışanların iş yerinden aldıkları destek seviyesinin presentizm davranışlarını etkileyebileceğini öne sürmektedir. Opatha ve Uresha (2020), yöneticilerin daha fazla presentizm sergilediğini ve bunun iş performansını doğrudan etkilediğini ortaya koymuştur. Üzümlü ve Şenol (2019) tarafından yapılan araştırmada, iş pozisyonu ile presentizm arasında anlamlı bir farklılık olduğu savunulmuştur. Benzer şekilde, Seçkin ve Çakmak (2019), görev unvanlarının presentizm üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Ancak, Akyol ve Evren (2022), bir devlet üniversitesinde gerçekleştirdikleri çalışmada akademik unvan ile presentizm arasında anlamlı bir ilişki bulamamıştır. Bu doğrultuda, ilgili teorik ve ampirik çalışmalara dayanarak H3 hipotezi geliştirilmiştir;

H3: Presentizmin çalışan performansına etkisinde işletmedeki pozisyonun düzenleyici (moderatör) etkisi vardır.

Yapılan literatür taraması sonucunda geliştirilen hipotezlere ait araştırma modeli Şekil 1’ de sunulmuştur;

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



3. YÖNTEM

Bu çalışmada, bireysel ve örgütsel nedenlerden kaynaklanan presenteizm ile çalışan performansı arasındaki ilişkide demografik özelliklerin ve iş pozisyonunun düzenleyici (moderatör) etkisinin farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırma yöntemi nicel olarak tasarlanmış olup, veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Oluşturulan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik sorular, ikinci bölümde presenteizmi ölçmeye yönelik ifadeler, üçüncü bölümde ise çalışan performansını değerlendiren ifadeler yer almaktadır. Demografik veriler için cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu ve işletmedeki pozisyon olmak üzere toplam 5 soru bulunmaktadır. Presenteizm kavramını ölçmek amacıyla Koopman vd. (2002) tarafından Stanford Üniversitesi Tıp Fakültesinde geliştirilen ve Moç (2018) tarafından yapılan çalışmada Türkçeye çevrilen "Presenteeism (İşte Var Olamama) Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek, mal ve hizmet üreten işletme çalışanlarına uyarlanarak toplam 6 ifadeden oluşmaktadır. Çalışan performansını ölçmek için Rahman ve Bullock (2004) tarafından geliştirilen ve Şehitoğlu ve Zehir (2010) tarafından yapılan çalışmada Türkçeye çevrilen "Çalışan Performansı Ölçeği" kullanılmıştır. Bu ölçek de mal ve hizmet üreten işletme çalışanlarına uyarlanmış olup toplam 6 ifadeden oluşmaktadır. Bu şekilde oluşturulan anket formu, toplam 17 soru/ifadeden meydana gelmektedir. Uyarlanan ölçekler, 5'li Likert ölçeği formatında katılımcılara sunulmuştur.

Araştırmanın evrenini, Türkiye genelinde sanayi ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren iş gücü oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2023 verilerine göre Türkiye genelinde sanayi ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren iş gücü rakamı 34 milyon 896 bin kişi olarak rapor edilmiştir. Araştırmanın örneklemini ise Marmara Bölgesi'nde faaliyet gösteren mal ve hizmet işletmelerinde çalışan bireyler oluşturmaktadır. Türkiye İş Kurumu' nun (İŞKUR) 2022 yılı İşgücü Piyasası Araştırması verilerine göre, yalnızca İstanbul ilinde 20 ve üzeri çalışanı bulunan işletmelerdeki işgücü rakamı 3.057.458 olarak ifade edilmiştir. TÜİK Coğrafi İstatistik Portalından elde edilen bilgiye göre 2023 yılında Marmara Bölgesi genelindeki işgücü rakamı yaklaşık 7 milyon olduğu tahmin edilmektedir (TÜİK, 2023). Bu örneklem grubuna doğrudan ulaşılması zaman, kaynak ve erişim kısıtları sebebiyle mümkün olmadığından kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş, araştırmaya katılan işletme çalışanları gönüllülük esasına göre seçilmiştir. Örneklem grubuna anket formu; yüz yüze/elden teslim edilerek, çevirim içi olarak ulaştırılmıştır. Bu çalışmada kullanılan anket için Kırklareli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 18/12/2023 tarihli ve E-35523585-199-106693 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Bu izne dayanarak veri toplama süreci başlatılmış ve Haziran 2024 itibarıyla süreç sonlandırılmıştır. Araştırma kapsamında %95 güven düzeyi ve %5 örnekleme hatası kabul edilerek yapılan hesaplamalara göre, evren büyüklüğünün 100.000 ve üzeri olması durumunda minimum örnekleme büyüklüğünün 384 kişi olması gerekliliği (Gülbüz ve Şahin, 2014, s.271) kabul edilerek toplam 600 kişilik örneklem sayısının evreni temsil etme açısından yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örnekleme ait demografik bilgiler Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Örneklem Ait Demografik Özellikler

Değişken	Kategori	n	%
Cinsiyet	Erkek	444	74
	Kadın	156	26
Medeni Durum	Bekâr	261	43,5
	Evli	339	56,5
Yaş	18-25 yaş	98	16,3
	26-32 yaş	207	34,5
	33-42 yaş	202	33,7
	43-50 yaş	81	13,5
	51 ve üzeri	12	2,0
Eğitim Durumu	İlkokul	43	7,2
	Ortaokul	60	10
	Lise	176	29,3
	Ön lisans	68	11,3
	Lisans	170	28,3
	Lisansüstü	83	13,9
Pozisyon	Çalışan	408	68
	Alt Düzey Yönetici	72	12
	Orta Düzey Yönetici	94	15,7
	Üst Düzey Yönetici	26	4,3

Tablo 1, araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin dağılımı göstermektedir. Katılımcıların %74'ü erkek, %26'sı kadın olup, medeni durum açısından incelendiğinde, %43,5'i bekâr, %56,5'i evlidir. Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında, en büyük grubu %34,5 ile 26-32 yaş aralığındaki bireyler oluştururken, bunu %33,7 ile 33-42 yaş aralığı, %16,3 ile 18-25 yaş aralığı, %13,5 ile 43-50 yaş aralığı ve %2 ile 51 yaş ve üzeri bireyler takip etmektedir. Eğitim durumu açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların %7,2'si ilkököl, %10'u ortaokul, %29,3'ü lise, %11,3'ü ön lisans, %28,3'ü lisans ve %13,9'u lisansüstü eğitime sahiptir. Katılımcıların işletmedeki pozisyonlarına bakıldığında, büyük çoğunluğunun %68'inin çalışan, %12'sinin alt düzey yönetici, %15,7'sinin orta düzey yönetici ve %4,3'ünün üst düzey yönetici olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışmada, veri analizi için SPSS 25.0 ve AMOS 24.0 istatistik paket programları kullanılmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla yol analizi modeli (path analysis) uygulanmıştır. Yol analizi öncesinde, modelin varsayımları değerlendirilmiş ve gerekli kontroller gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, uç değerler incelenmiş, kutu grafikleri (boxplot) kullanılarak ekstrem (outlier) değerler analiz edilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, veri setinde uç değer bulunmadığı belirlenmiştir. Bir sonraki aşamada, normal dağılım varsayımı çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenerek değerlendirilmiştir. Hesaplanan çarpıklık değerleri -0,28 ile 0,49 arasında, basıklık değerleri ise -0,31 ile 0,05 arasında değişmektedir. Bu değerler ± 1 sınırları içinde olduğu için veri setinin normal dağılıma uygun olduğu sonucuna varılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2019). Çok değişkenli uç değerleri belirlemek amacıyla Cook uzaklık değerleri hesaplanmıştır. Tüm gözlemlerde Cook uzaklık değerlerinin 1'in altında olduğu belirlenmiş, dolayısıyla veri setinde çok değişkenli uç değerlerin bulunmadığı tespit edilmiştir (Field, 2018). Ayrıca, çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) problemi olup olmadığını değerlendirmek için Varyans Artış Faktörü (Variance Inflation Factor, VIF) değerleri hesaplanmıştır. En yüksek VIF değeri 1,72 olarak belirlenmiştir. Bu değer 3'ü aşmadığı için çoklu doğrusal bağlantının bir sorun teşkil etmediği sonucuna ulaşılmıştır (Yurt, 2023). Araştırmada ortak yöntem yanlılığının etkisini sınamak amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, birinci faktör toplam varyansın yalnızca %21,64' ünü açıklamaktadır. Bu oran ortak yöntem yanlılığının ciddi tehdit oluşturduğunu işaret eden %50' lik eşik değerin oldukça altında kalmaktadır (Podsakoff vd., 2003). Bu durum, verilerde ortak yöntem yanlılığının sınırlı düzeyde olduğunu ve bulgular üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir. Sonuç olarak, yapılan analizler doğrultusunda veri setinin çok değişkenli analizler için gerekli varsayımları karşıladığı belirlenmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Korelasyon Analizi Sonuçları

Tablo 2, araştırmada yer alan değişkenlere ilişkin betimsel istatistikleri (ortalama ve standart sapma değerleri) ve değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayılarını göstermektedir. Eğitim durumu değişkeninin ortalaması 3,85 ve standart sapması 1,47 olarak belirlenmiştir. Yaş değişkeni için ortalama 2,48, standart sapma ise ,94 olarak hesaplanmıştır. Çalışan performansı değişkeninin ortalaması 23,68, standart sapması 5,07 olup, presenteizm değişkeninin ortalama değeri 14,47, standart sapması ise 5,68 olarak bulunmuştur.

Tablo 2. Araştırma Değişkenlerine Ait Betimsel Değerler ve Değişkenler Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları

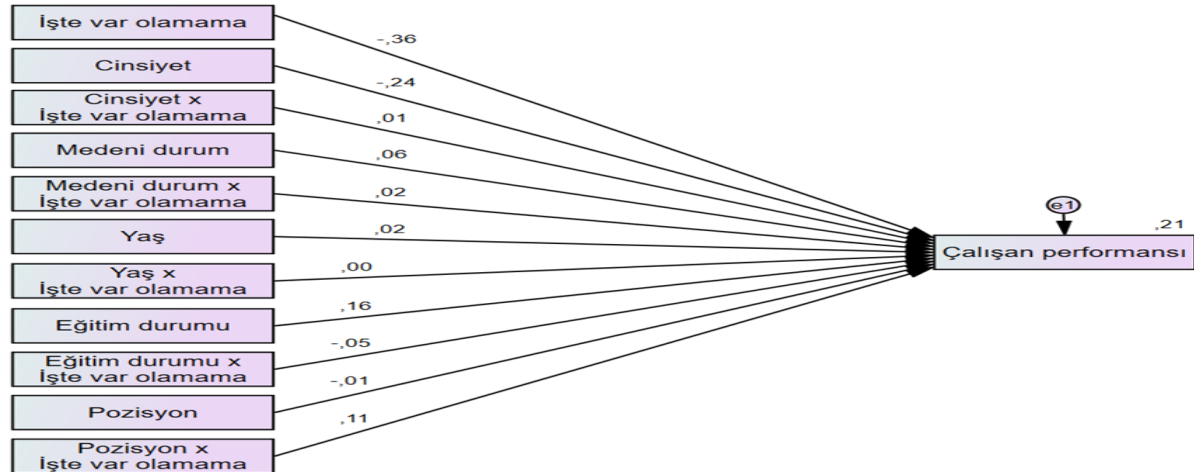
Değişkenler	Ort	Ss	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1. Cinsiyet ^a	-	-	1						
2. Medeni Durum ^b	-	-	-,25**	1					
3. Eğitim Durumu	3,85	1,47	,42**	-,32**	1				
4. Yaşınız	2,48	,94	-,06	,30**	-,19**	1			
5. İşletmedeki Pozisyon ^c	-	-	-,17**	-,03	-,47**	-,02	1		
6. Çalışan performansı	23,68	5,07	-,20**	,06	,06	,02	-,03	1	
7. Presenteizm	14,47	5,68	,03	,05	-,07	,02	,01	-,36**	1

Değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayıları incelendiğinde, cinsiyet ile medeni durum arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ($r = -,25$, $p < ,01$) bulunmuştur. Eğitim durumu ile cinsiyet arasında pozitif ($r = ,42$, $p < ,01$), medeni durum arasında ise negatif ($r = -,32$, $p < ,01$) yönlü anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Çalışan performansı ile presenteizm değişkenleri arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ($r = -,36$, $p < ,01$) belirlenmiştir. Ayrıca, işletmedeki pozisyon ile eğitim durumu arasında negatif bir ilişki ($r = -,47$, $p < ,01$) olduğu görülmüştür (Tablo 2). Bu bulgular, çalışan performansı ve presenteizm arasındaki negatif ilişkinin önemli olduğunu göstermekte ve bu değişkenler arasındaki ilişkilerin daha detaylı analiz edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

4.2. Yol Analizi Sonuçları

Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla Şekil 2’de sunulan model oluşturulmuş ve değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda elde edilen uyum indeksleri ($\chi^2/df = 2.59$, CFI = 0.98, TLI = 0.96, GFI = 0.99, AGFI = 0.95, RMSEA = 0.05 ve SRMR = 0.03), modelin veriyle iyi derecede uyum sağladığını göstermektedir (Hu & Bentler, 1999; Yurt, 2023). Model testine ilişkin standartlaştırılmış regresyon katsayıları (β), standart hatalar (SH.), güven aralıkları (GA) ve p-değerleri Tablo 3’te detaylı olarak sunulmuştur.

Şekil 2. Yol Analizi Modeli



*İşte var olamama=Presenteizm

Tablo 3'te yer alan yol analizi sonuçlarına göre, presenteizmin çalışan performansı üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisi olduğu bulunmuştur ($\beta = -0,36$, $p < 0,05$), dolayısıyla H1 hipotezi desteklenmiştir. Ancak, cinsiyetin presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde moderatör bir rolü olmadığı ($\beta = 0,01$, $p = 0,77$), dolayısıyla H2 hipotezinin reddedildiği görülmüştür. Benzer şekilde, medeni durum ($\beta = 0,02$, $p = 0,57$), eğitim durumu ($\beta = -0,05$, $p = 0,29$) ve yaş aralığının ($\beta = 0,00$, $p = 0,96$) presenteizmin çalışan performansına etkisinde anlamlı bir moderatör rolü olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle H3, H4 ve H5 hipotezleri de reddedilmiştir. Öte yandan, işletmedeki pozisyonun presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde anlamlı bir moderatör değişken olduğu bulunmuştur ($\beta = 0,11$, $p = 0,01$), bu doğrultuda H6 hipotezi desteklenmiştir. Sonuçlar, presenteizmin çalışan performansına etkisinin iş yerinde yönetici veya çalışan olma durumundan etkilendiğini göstermiştir.

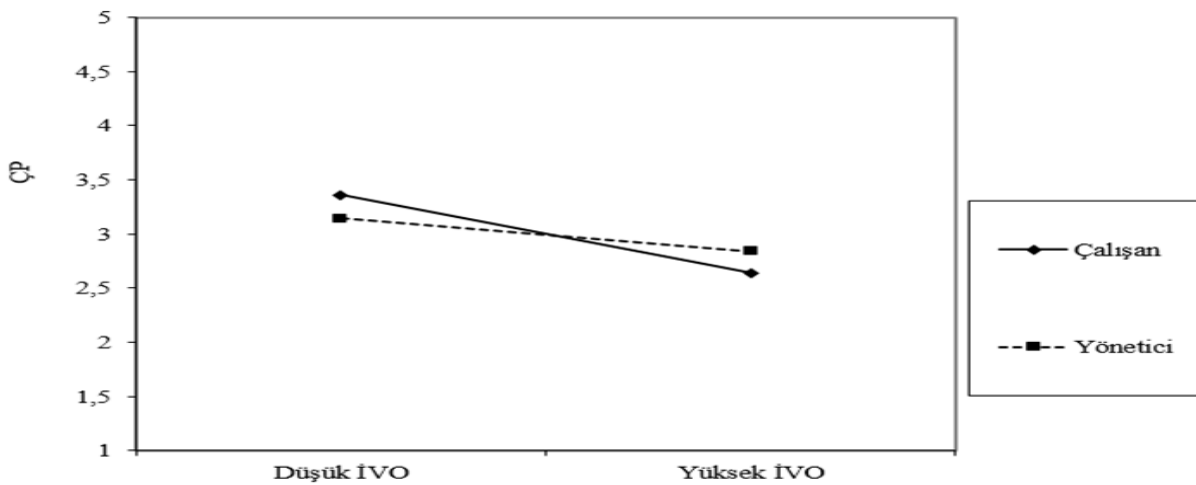
Tablo 3. Presenteizmin Çalışan Performansına Etkisi ve Demografik Değişkenlerin Düzenleyici (Moderatör) Rolüne İlişkin Sonuçlar

			β	SH	%GA		p	Hipotez
					Alt sınır	Üst sınır		
PRE	--->	ÇP	-0,36	0,04	-0,42	-0,29	0,00*	H1 kabul
Cinsiyet	--->	ÇP	-0,24	0,04	-0,32	-0,16	0,00*	
Cinsiyet x PRE	--->	ÇP	0,01	0,06	-0,07	0,09	0,77	H2a red
Medeni durum	--->	ÇP	0,06	0,04	-0,02	0,15	0,12	
Medeni durum x PRE	--->	ÇP	0,02	0,05	-0,06	0,11	0,57	H2b red
Eğitim durumu	--->	ÇP	0,16	0,05	0,07	0,26	0,00*	
Eğitim durumu x PRE	--->	ÇP	-0,05	0,06	-0,14	0,04	0,29	H2c red
Yaş	--->	ÇP	0,02	0,04	-0,05	0,10	0,59	
Yaş x PRE	--->	ÇP	0,00	0,05	-0,08	0,07	0,96	H2d red
Pozisyon	--->	ÇP	-0,01	0,04	-0,09	0,07	0,83	
Pozisyon x PRE	--->	ÇP	0,11	0,05	0,02	0,20	0,01*	H3 kabul

* $p < 0,05$; GA = Güven aralığı, SH = Standart hata; ÇP = Çalışan performansı; PRE = Presenteizm

Yol analizi sonuçlarına göre, presenteizmin çalışan performansı üzerindeki olumsuz etkisinin bulunduğu ve bu etkinin bazı demografik değişkenler tarafından anlamlı düzeyde değiştirilmediği görülmüştür. Ancak, işletmedeki pozisyonun bu etkileşimde önemli bir rol oynadığı gözlenmiştir. İşletmedeki pozisyonun düzenleyici rolünü görselleştirmek için Şekil 3'teki grafik oluşturulmuştur.

Şekil 3. İş Pozisyonunun Presenteizm ile Çalışan Performansı Arasındaki İlişkide Düzenleyici Rolü



*ÇP = Çalışan performansı, İVO = Presenteizm

Şekil 3'teki grafikte, düşük ve yüksek İVO (Presenteizm) düzeylerine göre çalışan ve yöneticilerin performansları karşılaştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre hem çalışanlar hem de yöneticiler için presenteizm arttıkça çalışan performansı azalmaktadır. Ancak, yöneticilerde bu azalışın daha sınırlı olduğu, çalışanlarda ise daha belirgin bir düşüş gözlemlendiği görülmektedir. Bu durum, işletmedeki pozisyonun presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde bir düzenleyici (moderator) rol oynadığını göstermektedir. Özellikle, yöneticilerin presenteizm durumu yaşadıklarında bile çalışanlara kıyasla performanslarını daha iyi korudukları söylenebilir. Bu bulgu, yöneticilerin görev ve sorumluluklarının, presenteizm düzeylerinin çalışan performansı üzerindeki olumsuz etkisini azaltabilecek faktörler barındırabileceğini düşündürmektedir. Ayrıca, presenteizmin çalışanların performansı üzerindeki etkisinin yöneticilere kıyasla daha belirgin olduğu söylenebilir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma temelde iki ana hedefe odaklanmaktadır. Birincisi presenteizmin çalışan performansı üzerindeki litüretürdeki çelişkili bulgular doğrultusunda farklı sektörler ile yapılması gerekliliği çağrısına cevap vermek, ikincisi temelde bireysel ve örgütsel sebeplere dayandırılan presenteizmin, performansa etkisinde bu değişkenlerin (demografik ve iş pozisyonu) düzenleyici etkisinin olup olmadığını açığa çıkarmaktır. Bu kapsamda yapılan araştırmanın ilk bulgusuna göre, presenteizmin çalışan performansı üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisi olduğunu göstermiştir ($\beta = -0,36$, $p < 0,05$). Bu bulgu, Kaynakların Korunması Teorisi (Hobfoll, 1989) kapsamında değerlendirildiğinde, çalışanların fiziksel ve psikolojik kaynaklarını koruma çabalarının, uzun vadede tükenmişlik ve performans kaybına yol açabileceğini desteklemektedir. Presenteizmin çalışan verimliliği üzerindeki olumsuz etkileri daha önce yapılan çalışmalarla da örtüşmektedir (Aboagye vd., 2019; Shan vd., 2021; Yıkılmaz ve Sürücü, 2025). Ancak, literatürde presenteizmin performansı üzerinde pozitif çıktıları (Şahin ve Kanbur, 2022; Vural; 2024) bu çıktı ile bağlantılı olarak iş bağlılığını artırıcı etkileri (O'Callaghan, 2013; Yang, vd, 2017; Kinman, 2019) olabileceğini savunan araştırmalar da mevcuttur. Her ne kadar bu çalışmaların sonuçları presenteizmin olumlu etkisi olduğu bulgusuna ulaşsa da sektörel bazda ve uzun vadede negatif etkileri olabileceğini ifade etmişlerdir.

Araştırma bulguları, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve yaş değişkenlerinin presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde anlamlı bir moderatör rol oynamadığını göstermiştir ($p > 0,05$). Bu bulgu, Sosyal Kimlik Teorisi (Tajfel ve Turner, 1979) ve Sosyal Rol Teorisi (Eagly, 1987) kapsamında değerlendirildiğinde, bireylerin sosyo-kültürel kimlikleri ve rollerinin presenteizm üzerindeki etkisinin sanıldığından daha düşük olabileceğini göstermektedir. Ampirik literatürde, bu bulgu bazı çalışmaları desteklerken (Üzüm ve Şenol, 2019; Yılmaz ve Günay, 2020), kısmen önceki araştırmalarla çelişmektedir (Dew, vd., 2005; Baysal vd., 2014). Bu çelişkinin, söz konusu çalışmaların presenteizm ile performans arasındaki ilişkideki düzenleyici etkiyi ele almadıklarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Araştırmanın diğer bir bulgusu da, iş pozisyonunun presenteizmin çalışan performansı üzerindeki etkisinde anlamlı bir moderatör olduğudur ($\beta = 0,11$, $p = 0,01$). Üretilen bu bilgi ile yöneticilerin presenteizmin olumsuz etkilerinden çalışanlara kıyasla daha az etkilendiği ve performanslarını daha iyi koruyabildikleri belirlenmiştir. Bu bulgu, Örgütsel Destek Teorisi (Eisenberger vd., 1986) kapsamında değerlendirildiğinde, yöneticilerin örgütsel kaynaklara daha fazla erişebilmesi ve karar alma süreçlerinde daha fazla özerkliğe sahip olmaları nedeniyle presenteizmin olumsuz etkilerini sınırlayabildiklerini düşündürmektedir. Yang vd. (2016) ve Opatha ve Uresha (2020) yöneticilerin presenteizm gösterme eğiliminde olduklarını ancak bu durumun performanslarına daha az zarar verdiğini göstermiştir. Ancak, Baysal vd. (2014) ve Akyol ve Evren (2022) tarafından yapılan çalışmalarda yöneticilerin presenteizme karşı daha duyarlı olduğunu belirten sonuçlar elde edilmiştir. Çalışmanın bulguları, presenteizmin performansa yansımada demografik faktörlerden çok, iş pozisyonu, iş yükü gibi tamamen örgüt içi hiyerarşik faktörlerden etkilendiğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları, işletmelerin süreçlerini yeniden çerçeveleyerek presenteizmi azaltmak ve çalışan performansını artırabileceğini öngörebilmektedir. Öncelikle, esnek çalışma politikaları benimsenerek, çalışanların hasta olduklarında işe gelmek zorunda hissetmemesi için esnek çalışma saatleri ve uzaktan çalışma modellerinin tüm işletmecilik uygulamalarına yayılması önerilmektedir. Ayrıca, sağlık destek programları geliştirilerek işyeri doktoru, psikolojik destek hizmetleri ve ergonomik çalışma alanları sağlanması presenteizmin uzun vadeli yıkıcı etkisine bir tampon olabileceği düşünülmektedir. Yöneticilere yönelik eğitimler, presenteizmin zararları konusunda farkındalık oluşturmayı ve destekleyici liderlik yaklaşımlarının benimsenmesini amaçlamalıdır. Bununla birlikte, performans değerlendirme sistemleri gözden geçirilmeli ve çalışanların fiziksel olarak işyerinde bulunmalarına değil, üretkenliklerine dayalı değerlendirme kriterleri oluşturulmasının daha sağlıklı verilere ulaşılması açısından önem arz etmektedir.

Bu araştırmanın belirli sınırlılıkları bulunmaktadır. Kesitsel bir araştırma olması nedeniyle, presenteeizmin uzun vadeli etkileri olabileceği öngörülmüş kesin olarak belirlenememiştir. Boylamsal araştırmalar ve daha geniş veri setleri, presenteeizmin zaman içindeki etkilerini daha ayrıntılı bir şekilde ele alacağı düşünülmektedir. Presenteeizme yüklenen anlamın sosyal ve kültürel alt yapıda farklılık göstereceği düşünülmektedir. Gelecekte farklı kültürel bağlamlarda yapılacak çalışmalar, bulguların daha geniş bir çerçevede değerlendirilmesine katkı sağlayacaktır.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Aboagye, E., Björklund, C., Gustafsson, K., Hagberg, J., Aronsson, G., Marklund, S., Leineweber, C. ve Bergström, G. (2019). Exhaustion and impaired work performance in the workplace: associations with presenteeism and absenteeism. *J Occup Environ Med.* 61(11), e438-e444. doi: 10.1097/JOM.0000000000001701
- Agudelo-Suárez, A. A., Benavides, F. G., Felt, E., Ronda-Pérez, E., Vives-Cases, C. ve García, A. M. (2010). Sickness presenteeism in Spanish-born and immigrant workers in Spain. *BMC Public Health*, 10 (791), 1-7. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-10-791>
- Akyol, B. ve Evren, H. U. (2022). Yönetici kibri ve presenteeizm arasındaki ilişkinin incelenmesi (Bir Devlet Üniversitesi Örneği). *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(2), 1303-1336. <https://doi.org/10.17152/gefad.1126545>
- Armstrong, M. ve Baron, A. (2005). *Managing performance: performance management in action*, CIPD House.
- Aronsson, G. ve Gustafsson, K. (2005). Sickness presenteeism: prevalence, attendance-pressure factors, and an outline of a model for research. *J Occup Environ Med.*, 47(9), 958-66. <https://doi.org/10.1097/01.jom.0000177219.75677.17>
- Aronsson, G., Gustafsson, K. ve Dallner M. (2000). Sick but yet at work. An empirical study of sickness presenteeism. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 54(7), 502-509. <https://doi.org/10.1136/jech.54.7.502>
- Arslaner, E. ve Boylu, Y. (2021). İş hayatında presenteeism: Otel işletmeleri açısından bir değerlendirme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 123-136.
- Baker-McCleary, D., Greasley, K., Dale, J. ve Griffith, F., (2010). Absence management and presenteeism: The pressures on employees to attend work and the impact of attendance on performance, *Human Resource Management Journal*, 20, 311-328
- Bataineh, A. K. (2019). Impact of work-life balance, happiness at work, on employees performance. *International Business Research*, 12(2), 99-112. <https://doi.org/10.5539/ibr.v12n2p99>
- Bayram, M. (2019). Devamsızlık ve işte var olamamayı etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir kavramsal model önerisi. *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi*, 9(2), 299-318. <https://doi.org/10.32331/sgd.658671>
- Baysal, İ. A., Baysal, G., Aksu, G. ve Aksu, N. (2014). Presenteeism (işte varolmama sorunu) ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Adnan Menderes Üniversitesi akademik personeli üzerinde bir uygulama. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(3), 134-152.

- Becker, G.S. (1967). *Human capital and the personal distribution of income: an analytical approach*. Institute of Public Administration, Ann Arbor.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. Wiley.
- Burton, W. N., Chen, C.-Y., Conti, D. J., Pransky, G. ve Edington, D. W., (2004). Caregiving for ill dependents and its association with employee health risks and productivity, *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 46(10), 1048-1056. <https://doi.org/10.1097/01.jom.0000141830.72507.32>
- Collins, A. M., Cartwright, S. ve Cowlshaw, S. (2018). Sickness presenteeism and sickness absence over time: A UK employee perspective. *Work & Stress*, 32(1), 68-83. <https://doi.org/10.1080/02678373.2017.1356396>
- Cooper, C. (1996). *Hot under the collar*. <https://www.timeshighereducation.com/news/hot-under-the-collar/94197.article> adresinden 15 Ağustos 2024 tarihinde alınmıştır.
- Cooper, C. L. (1998). The changing nature of work. *Community Work and Family*, 1 (3), 313-317. <https://doi.org/10.1080/13668809808414238>
- Cooper, C. L. ve Lu, L. (2016). Presenteeism as a global phenomenon: unraveling the psychosocial mechanisms from the perspective of social cognitive theory. *Cross Cultural & Strategic Management*, 23 (2), 1-40. <https://doi.org/10.1108/CCSM-09-2015-0106>
- Coşkun, Ö. (2012). *İki işyerinde işe devamsızlık ve kendini işe verememede etkili faktörlerin değerlendirilmesi*. [Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Çetin, S. ve Çeven, S. (2021). Gerçekten işte miyim? işte var ol(ama)ma (presenteeism) ve yönetimi. F. Üstün ve A. İ. Koca Ballı (Ed.) *Örgütsel davranış: Şimdi bu konular konuşuluyor* içinde (s. 277-299). Detay Yayıncılık.
- Çiçeklioğlu, H. ve Taşlıyan, M. (2019). Eğitim kurumu çalışanlarının presenteeism (işte var olamama) algılarının performanslarına olan etkisi ve sosyo-demografik özellikler açısından incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 14(20), 22-53. <https://doi.org/10.26466/opus.595134>
- Dalkılıç, E. ve Harmanlı-Seren, A. K. (2018). İşte var olamama: Nedenleri ve sonuçları. *Journal of Health and Nursing Management*, 5(2), 123-131. <https://doi.org/10.5222/SHYD.2018.123>
- Daniels, S., Wei, H., Han, Y., Catt, H., Denning, D. W., Hall, L., Regan, M., Verma, A., Whitfield, C. A. ve Tongeren, M.V. (2021). Risk factors associated with respiratory infectious disease-related presenteeism: a rapid review. *BMC Public Health*, 21(1955), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-12008-9>
- de Abreu, M. M., Walker, D. R., Sesso, R. C. ve Ferraz, M. B. (2013). A cost evaluation of peritoneal dialysis and hemodialysis in the treatment of end-stage renal disease in Sao Paulo, Brazil. *Peritoneal Dialysis International*, 33(3), 304-315. <https://doi.org/10.3747/pdi.2011.001>
- Demerouti, E., Le Blanc, P.M., Bakker, A.B., Schaufeli, W.B. ve Hox, J. (2009). Present but sick: a three wave study on job demands, presenteeism and burnout. *Career Development International*, 14(1), 50-68. <https://doi.org/10.1108/13620430910933574>
- Demirgil, Z. ve Mücevher, M. H. (2017). Meslek yüksekokullarında presenteeism: idari ve akademik personel üzerine karşılaştırmalı bir analiz. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(21), 237-253. <https://doi.org/10.20875/makusobed.307519>
- Dew, K. ve Taupo, T. (2009). The moral regulation of the workplace: presenteeism and public health. *Sociology of Health & Illness*, 31(7), 994-1010. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2009.01169.x>

- Dew, K., Keefe, V. ve Small, K. (2005). Choosing' to work when sick: workplace presenteeism. *Social Science & Medicine*, 60 (10), 2273–2282. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2004.10.022>
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. ve Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>
- Etyemez, S. (2016). *İş güvencesizliğinin işte var olamama sorununa etkisinde sürekli kaygının aracılık rolü: konaklama işletmelerinde bir araştırma* [Doktora Tezi]. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. SAGE Publications.
- Giæver, F., Lohmann-Lafrenz, S. ve Løvseth, L.T. (2016). Why hospital physicians attend work while ill? The spiralling effect of positive and negative factors. *BMC Health Serv Res* 16 (548), 1-7. <https://doi.org/10.1186/s12913-016-1802-y>
- Gilbreath, B. ve Karimi, L. (2012). Supervisor behavior and employee presenteeism. *International Journal of Leadership Studies*, 7(1), 114–131.
- Guo, S., Zhang, H., Chang, Y., Zhang, J., Chen, H., ve Zhang, L. (2023). The relationship between presenteeism among nurses and patients' experience in tertiary hospitals in China. *Heliyon*, 9(12), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22097>
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Halbesleben, J. R. B., Whitman M. V. ve Crawford W. S. (2014). A dialectical theory of the decision to go to work: bringing together absenteeism and presenteeism. *Human Resource Management Review*, 24(2), 177–192. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2013.09.001>
- Hansen, C. D. ve Andersen, J. H. (2008). Going ill to work – What personal circumstances, attitudes and work-related factors are associated with sickness presenteeism?. *Social Science & Medicine*, 67 (6), 956–964. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.05.022>
- Hemp, P. (2004). Presenteeism: At work-but out of It. *Harvard Business Review*, 82(10), 49-58.
- Hervieux, V., Biron, C., ve Dima, J. (2023). Investigating associations between physical activity and presenteeism—a scoping review. *American Journal of Health Promotion*, 37(8), 1147-1161. <https://doi.org/10.1177/089011712311937>
- Hiles, S. A., Harvey, E. S., McDonald, V. M., Peters, M., Bardin, P., Reynolds, P. N., Upham, J. W., Baraket, M., Bhikoo, Z., Bowdwn, J., Brockway, B., Chung, L. P., Cochrane, B., Foxley, G., Garrett, J., Hew, M., Jayaram, L., Jenkins, C., Katelaris, C., Katsoulotos, G., Koh, M. S., Kritikos, V., Lambert, M., Langton, D., Lara Rivero, A., Marks, G. B., Middleton, P. G., Nanguzgambo, A., Radhakrishna, N., Reddel, H., J. Rimmer, J., Southcott, A. M., Sutherland, M., Thien, F., Wark, P. A. B., Yang, I. A., Yap, E. ve Gibson, P. G. (2018). Working while unwell: Workplace impairment in people with severe asthma. *Clinical & Experimental Allergy*, 48(6), 650-662. <https://doi.org/10.1111/cea.13153>
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>

- Hu, L. T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55. <http://dx.doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Hummer, J., Sherman, B. ve Quinn, N. (2002). Present and unaccounted for. *Occupational Health & Safety*, 71(4), 40-42.
- Isetti, D. ve Meyer, T. (2014). Workplace productivity and voice disorders: a cognitive interviewing study on presenteeism in individuals with spasmodic dysphonia. *Journal of Voice*, 28(6), 700-710. <https://doi.org/10.1016/j.jvoice.2014.03.017>
- İşçan, Ö. F. ve Moç, T. (2021). Çalışanların presenteeizm (işte sözde var olma) davranışlarının işe yabancılaşmalarına etkisi: bir kamu kurumu örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 379-402.
- Jeon, S. H., Leem, J. H., Park, S. G., Heo, Y. S., Lee, B. J., Moon, S. H., Jung, D. Y. ve Kim, H.C. (2014). Association among working hours, occupational stress, and presenteeism among wage workers: Results from the second Korean working conditions survey. *Ann of Occup and Environ Med*, 6(26), 1-8. <https://doi.org/10.1186/2052-4374-26-6>
- Jiang, W., Wang, Y., Zhang, J., Song, D., Pu, C. ve Shan, C. (2023). The impact of the workload and traumatic stress on the presenteeism of midwives: the mediating effect of psychological detachment. *Journal of Nursing Management*, 2023 (1686151), 1-10. <https://doi.org/10.1155/2023/1686151>
- Johns, G. (2010). Presenteeism in the workplace: A review and research agenda. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 519-542. <https://doi.org/10.1002/job.630>
- Karanika-Murray, M., Pontes, H. M., Griffiths, M. D. ve Biron, C., (2015). Sick leave presenteeism determines job satisfaction via affective-motivational states, *Social Science & Medicine*, 139, 100-106. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2015.06.035>
- Kaygın, E., Kerse, G. ve Yılmaz, T. (2017). Kamu çalışanlarında örgütsel bağlılık ve presenteeizm arasındaki ilişki: Kars ili örneği, *Ombudsman Akademik*, 3(6), 181-204. <https://doi.org/10.32002/ombudsmanakademik.440177>
- Kinman, G. (2019). Sick leave Presenteeism at Work: Prevalence, Costs and Management. *British Medical Bulletin* 129(1), 69-78. <https://doi.org/10.1093/bmb/ldy043>
- Koopman, C., Pelletier, K. R., Murray, J. F., Sharda, C. E., Berger, M. L., Turpin, R. S. ve Bendel, T. (2002). Stanford presenteeism scale: Health status and employees productivity. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 44(1), 14-20. <https://doi.org/10.1097/00043764-200201000-00004>
- Letvak, S. A., Ruhm, C. J. ve Gupta, S. N. (2012). Nurses' presenteeism and its effects on self-reported quality of care and costs. *AJN The American Journal of Nursing*, 112(2), 30-38. <https://doi.org/10.1097/01.NAJ.0000411176.15696.f9>
- Lohaus, D. ve Habermann, W. (2021). Understanding the decision-making process between presenteeism and absenteeism. *Frontiers in Psychology*, 12 (716925), 1-15 <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.716925>
- Lohaus, D., Habermann, W. D., El Kertoubi, I. ve Röser, F. (2021). Working while ill is not always bad—positive effects of presenteeism. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.620918>
- Longe, O. (2014). Leadership style paradigm shift and organisational performance: a case of the nigerian cement industry. *African Research Review*, 8 (4), 68-83. <https://doi.org/10.4314/afrr.v8i4.6>

- Luecke, R. (2008). *Performans yönetimi*. (A. Özer, Çev). İş Bankası Yayınları.
- Mandıracıoğlu, A. (2013). Presentizm olgusu. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 3(2), 9-17.
- Martinez, L. F. ve Ferreira, A. I. (2012). Sick at work: presenteeism among nurses in a Portuguese public hospital, *Stress and Health*, 28, 297-304. <https://doi.org/10.1002/smi.1432>
- Mcgregor, A. (2017). *An investigation into the phenomenon of presenteeism: Examining antecedents and the operationalisation of presenteeism*. https://ro.uow.edu.au/articles/thesis/An_investigation_into_the_phenomenon_of_presenteeism_examining_antecedents_and_the_operationalisation_of_presenteeism/27665946?file=50383662 adresinden 18 Temmuz 2024 tarihinde ulaşılmıştır.
- McGregor, A., Magee, C. A., Caputi, P. ve Iverson, D. (2016) A job demands resources approach to presenteeism, *Career Development International*, 21(4), 402-418. <https://doi.org/10.1108/CDI-01-2016-0002>
- Min, A., Kang, M. ve Hong, H. C. (2021). Sickness presenteeism in shift and non-shift nurses: using the fifth Korean working conditions survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 1-12. <https://doi.org/10.3390/ijerph18063236>
- Moç, T. (2018). *Örgütsel adalet algısının çalışanların işte yabancılaşmaya etkisinde tükenmişliğin ve presentizmin rolü* [Doktora Tezi]. Erzurum. Atatürk Üniversitesi.
- O'Callaghan, G., (2013). *How awareness of presenteeism positively or negatively impacts managerial attitudes and or behaviours*. <https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://norma.ncirl.ie/913/1/genivieveocallaghan.pdf> adresinden 18 Temmuz 2024 tarihinde ulaşılmıştır.
- Özel, E. T. ve Erbaş, A. (2023). Psikolojik sağlamlığın presenteeism (işte var ol(a)mama) davranışı üzerindeki etkisi: İlkokul öğretmenleri üzerine bir araştırma. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 7(12), 118-130. <https://doi.org/10.55775/ijemi.1211762>
- Patel, C., Budhwar, P. ve Varma, A. (2012). Overall justice, work group identification and work outcomes: test of mode-rated mediation process. *Journal of World Business*, 47(2), 213-222. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2011.04.008>
- Pei, P., Lin, G., Li, G., Zhu, Y. ve Xi, X. (2020). The association between doctors' presenteeism and job burnout: A cross-sectional survey study in China. *BMC Health Services Research*, 20(1), 1-7. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05593-9>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., ve Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Rahman, S. ve Bullock, P. (2005). Soft TQM, Hard TQM, and organizational performance relationships: an empirical investigation. *Omega*, 33(1), 73-83. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.03.008>
- Rainbow, J. G., ve Steege, L. M. (2017). Presenteeism in nursing: An evolutionary concept analysis. *Nursing Outlook*, 65(5), 615-623. <https://doi.org/10.1016/j.outlook.2017.03.005>
- Ruhle, S. A., Breitsohl, H., Aboagye, E., Baba, V., Biron, C., Correia Leal, C., Dietz, C., Ferreira, A. I., Gerich, J., Johns, G., Karanika-Murray, M., Lohaus, D., Lokke, A., Lopes, S. L., Martinez, L. F., Miraglia, M., Muschalla, B., Poethke, U., Sarwat, N., Schade, H., Steidelmüller, C., Vinberg, S., Whysall, Z. ve Yang, T. (2020). "To work, or not to work, that is the question"- Recent trends and avenues for research on

- presenteeism. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(3), 344-363. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1704734>
- Sanderson, K., Tilse, E., Nicholson, J., Oldenburg, B. ve Graves, N., (2007). Which presenteeism measures are more sensitive to depression and anxiety?, *Journal of Affective Disorders*, 101(1-3), 65-74. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2006.10.024>
- Saygın, M. (2017). *Presenteeism: İşte var olma(ma)*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://acikerisim.nevsehir.edu.tr/bitstream/handle/20.500.11787/3365/B%C4%B0%C3%87KES2018-%28KitapB%C3%B6l%C3%BCm%C3%BC%29%C3%96rg%C3%BCtselDavran%C4%B1%C5%9F.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden 20 Temmuz 2024 tarihinde ulaşılmıştır.
- Seçkin A.İ. ve Çakmak Y.Y. (2019). Presenteizm ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Spor Genel Müdürlüğü çalışanları üzerine bir araştırma, *BMIJ*, 7(4), 1291-1310 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i4.1158.v7i4.1158>
- Sendawula, K., Nakyejwe Kimuli, S., Bananuka, J. ve Najjemba Muganga, G. (2018). Training, employee engagement and employee performance: Evidence from Uganda's health sector. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1-12. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1470891>
- Shan, G., Wang, S., Wang, W., Guo, S. ve Li, Y. (2021). Presenteeism in nurses: Prevalence, consequences, and causes from the perspectives of nurses and chief nurses. *Frontiers in Psychiatry*, 11(584040), 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2020.584040>
- Simpson, R. (1998). Presenteeism, power and organizational change: long hours as a career barrier and the impact on the working lives of women managers. *British Journal of Management*, 9, 37-S50. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.9.s1.5>
- Suliman, A. M. T. (2001). Work performance: is it one thing or many things? The multidimensionality of performance in a Middle Eastern context. *The International Journal of Human Resource Management*, 12(6), 1049-1061. <https://doi.org/10.1080/713769689>
- Şahin E. T. ve Kanbur A. (2022). Sağlık çalışanlarında presenteizm (işte varolamama) ve iş performansı (görev performansı / bağlamsal performans) üzerindeki etkisi. *Journal of Nursology*. 25(1), 7-13. <https://doi.org/10.54614/JANHS.2022.872792>
- Şehitoğlu, Y. ve Zehir, C. (2010). Türk kamu kuruluşlarında çalışan performansının, çalışan sessizliği ve örgütsel vatandaşlık davranışı bağlamında incelenmesi. *Amme İdaresi Dergisi*, 43(4), 87-110.
- Şehitoğlu, Y. (2010). *Örgütsel sessizlik örgütsel vatandaşlık davranışı ve algılanan çalışan performansı ilişkisi* [Doktora Tezi]. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü
- Şekkeli, Z. H., Bakan, İ. ve Bakan, M. (2022). Presenteizm, kişisel başarı güdüsü, para sevgisi, ücretten tatmin ve iş tatmini arasındaki ilişkiye yönelik ampirik bir çalışma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 723-739. <https://doi.org/10.33437/ksusbd.1145300>
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics*. Pearson.
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of intergroup conflict*. <https://alnap.org/help-library/resources/an-integrative-theory-of-intergroup-conflict/> adresinden 15 Ağustos 2024 tarihinde ulaşılmıştır.
- TÜİK. (2023). Coğrafi istatistik portalı. 15 Mayıs 2023 tarihinde <https://cip.tuik.gov.tr/> adresinden erişildi.

- TÜİK. (2023). İş gücü istatistikleri 2023. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2023-53521> adresinden 15 Mayıs 2024 tarihinde ulaşılmıştır.
- Türkiye İş Kurumu. (2022). İşgücü piyasası araştırması İstanbul ili 2022 yılı sonuç raporu. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://media.iskur.gov.tr/66896/istanbul.pdf> adresinden 17 Eylül 2023 tarihinde ulaşılmıştır.
- Türkkan, G. ve Soyman, T. (2023). Aşırı iş yükü, iş stresi, presenteeizm ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiler: görgül bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(40), 1368-1389. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.1280814>
- Üzüm, B. ve Şenol, L. (2019). A-B kişilik tiplerinin presenteeizme etkisi: havacılık sektöründe bir araştırma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 979-1000. <https://doi.org/10.26466/opus.552967>
- Vo, P., Fang, J., Bilitou, A., Laflamme, A. K. ve Gupta, S. (2018). Patients' perspective on the burden of migraine in Europe: a cross-sectional analysis of survey data in France, Germany, Italy, Spain, and the United Kingdom. *The journal of headache and pain*, 19, 1-11. <https://doi.org/10.1186/s10194-018-0907-6>
- Vosloban, R. I., (2012). The influence of the employee's performance on the company's growth - a managerial perspective, *procedia Economics and Finance*, 3(2012), 660-665. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00211-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00211-0)
- Vural, S. (2024). Presenteeism and Job Performance in the Aviation Industry: A Study on Ground Handling Business Employees. *Mevzu – Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2024), 1005-1026. <https://doi.org/10.56720/mevzu.1525753>.
- Wang, Y., Chen, C. C., Lu, L., Eisenberger, R. ve Fosh, P. (2018). Effects of leader-member exchange and workload on presenteeism. *Journal of Managerial Psychology*, 33(7/8), 511-523. <https://doi.org/10.1108/JMP-11-2017-0414>
- Webster, R.K., Liu, R., Karimullina, K., Hall, I., Amlot, R. ve Rubin, G. J. (2019). A systematic review of infectious illness presenteeism: Prevalence, reasons and risk factors. *BMC Public Health* 19(799), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7138-x>
- Wynen, J., Boon, J. ve Verlinden, S. (2022). Reform stress in the public sector? Linking change diversity to turnover Intentions and presenteeism among civil servants using a matching approach. *Public Performance & Management Review*, 45(3), 605-637. <https://doi.org/10.1080/15309576.2022.2037003>
- Yang T, Zhu M. ve Xie X. (2016). The determinants of presenteeism: a comprehensive investigation of stress-related factors at work, health, and individual factors among the aging workforce. *J Occup Health*, 58(1), 25-35. <https://doi.org/10.1539/joh.15-0114-OA>.
- Yang, T., Guo, Y. , Ma, M. , Li, Y. , Tian, H. ve Deng, J., (2017). Job stress and presenteeism among Chinese healthcare workers: the mediating effects of affective commitment, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(9), 978 <https://doi.org/10.3390/ijerph14090978>
- Yeşiltaş, M. D. ve Ayaz, E. (2019). İş stresi ve rol belirsizliğinin presenteeizm (işte var olamama) üzerindeki etkisinin belirlenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 12, 741-771. <https://doi.org/10.26466/opus.601608>
- Yıldız, H., Yıldız, B., Zehir, C., Altındağ, E., Moloğlu, V. ve Kitapçı, H. (2017). Impact on presenteeism of the conscientiousness trait: a health sector case study. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 45, 399-412. <https://doi.org/10.2224/sbp.5969>

- Yılmaz, G. Y. ve Günay, G. (2020). Presenteeism ve İş Stresinin Çalışan Performansına Etkisi: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama. *Social Sciences Research Journal*, 9(1), 91-106.
- Yıkılmaz, I. ve Sürücü, L. (2025). Rising workplace threat of presenteeism in the hospitality industry: Antecedents and consequences. *Tourism & Management Studies*, 21(1), 75-91. <https://doi.org/10.18089/tms.20250105>
- Yurt, E. (2023). *Sosyal bilimlerde çok değişkenli analizler için pratik bilgiler: SPSS ve AMOS uygulamaları. [Practical Insights for Multivariate Analyses in Social Sciences: SPSS and AMOS Applications]*. Nobel Yayıncılık.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

SOSYAL BİLİMLERDE AKRAN ETKİSİNE YÖNELİK ARAŞTIRMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ*

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF PEER EFFECT STUDIES IN SOCIAL SCIENCES

Dr. Öğr. Üyesi Esra SİNCER¹

Şerife DURMAZ²

ÖZ

Pek çok alanda çalışılan ve etkisi tartışılan akran etkisine yönelik olarak 2000'li yılların başından bu yana akademik ilgi önemli ölçüde artmıştır. Bu sebeple bu çalışma akran etkisi hakkında bütünsel ve güncel bir bakış açısı sunmayı amaçlamaktadır. 1999 ile 2025 yılları arasında Web of Science veri tabanından akran etkisi ile ilgili sosyal bilimler ile alakalı veriler kullanılarak Vosviewer ve Bibliometrix R paketindeki Biblioshiny aracılığıyla bibliyometrik bir analize tabi tutulmuştur. Akran etkisi araştırmaları yıllık %11,99'lük bir artışa sahiptir. Yılda ortalama 6.82 çalışma ve 28.46 atıf bulunmaktadır. Alandaki çalışma sayısı kümülatif şekilde atarken, atıf sayısı dalgalanmalar gösterse de genel seyri artış yönündedir. ABD bu alandaki araştırmacılar için en önemli köken ülkedir. Çalışma sosyal bilimlerde akran etkisi literatüründeki dergilerin, yazarların ve etkili faktörlerin analizleri yoluyla gelecek çalışmalar yol göstericidir. Anahtar kelime analizinden türetilen tematik haritalar, motivasyon, yenilebilir enerji gibi daha fazla araştırmayı hak eden alanları vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Akran Etkisi, Bibliyometrik Analiz, Ekonomi, Davranış.

JEL Sınıflandırma Kodları: D91.

ABSTRACT

Academic interest in peer effect, which has been studied and discussed in many fields, has increased significantly since the early 2000s. Therefore, the study aims to provide a holistic and current perspective on peer effect. Between 1999 and 2025, social science-related data on peer effect from the Web of Science database is subjected to a bibliometric analysis using Vosviewer and Biblioshiny in the Bibliometrix R package. Peer effect research has an annual increase of 11.99%. On average, there are 6.82 studies and 28.46 citations per year. While the number of studies in the field has increased cumulatively, the number of citations has fluctuated, but the general trend is increasing. The USA is the most important country of origin for researchers in the field. The study guides future studies by analyzing the journals, authors and influential factors in the peer effect literature in the social sciences. Thematic maps derived from keyword analysis highlight areas that deserve further research, such as motivation and renewable energy.

Keywords: Peer Effect, Bibliometric Analysis, Economics, Behavior.

JEL Classification Codes: D91.

* Bu çalışma Esra SİNCER danışmanlığında Şerife DURMAZ tarafından hazırlanmakta olan “Üniversite Öğrencilerinin İşgücü Piyasasına Yönelik Beşeri Sermaye Yatırımında Akran Etkisi ve Zaman Tutarlılığı Yanlılığının Etkisi” başlıklı doktora tezinden yararlanarak hazırlanmıştır.

¹  Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, esrasincer@sdu.edu.tr

²  Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi, serifedurmaz@akdeniz.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The concept of peer effect is a subject of study that has been addressed especially in recent years with studies conducted in many fields. The aim of the study is to make a holistic and comprehensive review of the peer effect studies in different fields of the social sciences and to provide a holistic insight by trying to fill this gap in the literature. The researches on peer influence published in the WoS database are scanned on a subject basis. On 06.02.2025, the keyword “peer effect” or “peer effects” is searched in all fields. Initially, 2,216 researches are reached. Then, English is selected as the language of writing and article is selected as the document type. Since the study is prepared in the field of social sciences, “Economics”, “Business Finance”, “Business”, “Management”, “Education Educational Research”, “Psychology Multidisciplinary”, “Agricultural Economics Policy”, “Psychology Educational”, “Industrial Relations Labor”, “Psychology”, “Social Work”, “Public Administration”, “Family Studies”, “Social Issues”, “Law”, “Sociology”, “Social Sciences Interdisciplinary” and “Psychology Social” are selected from the titles of science categories. Web of Science indexes are filtered as Social Sciences Citation Index (SSCI), Sciences Citation Index Expanded (SCI-E) and Emerging Sources Citation Index (ESCI). 1,528 research studies are identified that met these criteria. There is no year restriction in the articles, but it is seen that the articles cover the years 1999-2025. The research data are downloaded in the form of “full record and references” (study title, author names, institutions and countries, journal names, study keywords, abstracts, publication years and reference list) to be used in the research questions.

Design/methodology/approach:

In the study, bibliometric analysis is preferred in order to make a general analysis of the quantitative findings in the research. Bibliometric analyses can be performed with different package programs in accordance with the research questions. In the study, Bibliometrix and VOSviewer package programs are used to analyze the data.

Findings:

As a result of the study, it is observed that the trends of studies on peer effect in the literature between 1999 and 2025 has increased considerably, especially since 2021. In the data set, it is observed that the studies on peer effect in the field of social sciences had an annual growth rate of 11.99%. According to the tree map graph, it is determined that the field with the highest number of publications is the field of economics. When at the total link strength and number of citations of the authors studying the concept of peer influence are examined, it is seen that Sacerdote is the most influential author. Authors from different fields are working on the concept of peer effect at different times. Li is the author who has produced the most publications on peer effect in the field of social sciences in recent years. Although the first study on peer effect in the field of social sciences in the Wos database was conducted in Germany in 1999, it is observed that the leading country in the studies conducted in this field, especially since 2007, is the USA. In the triple theme analysis, which shows the main elements that provide insight into the concept, such as authors, keywords and journals, and how they are related, it is seen that the keyword “peer effects” is preferred in all institutions and sources and is used more in studies at Cornell, Michigan and Duke Universities. “Journal of Economic Behavior & Organization” is the leading journal on the concept. Again, it is observed that the journals publishing on the concept are journals with economic content.

Conclusion and Discussion:

In the studies on peer effect, it is seen that the concepts as social networks and human capital are predominantly studied while concepts such as entrepreneurship and educational economics are concepts that have either not been sufficiently studied or have started to be studied less. In the recent period, it is seen that studies related to neighborhood effects and renewable energy are more prominent. In the future, studies related to concepts such as motivation and positive action have the potential to be studied in the field. The study would lead the researchers who want to conduct studies on peer effect to determine study topics by taking these predictions into consideration and to catch the process towards the concept. There are some limitations in the study. Within the scope of the study, a specific definition of peer effect is not taken, and all studies using the concept of “peer effect” and “peer effects” are included in the analysis. Although concepts such as “peer influence” are sometimes used as synonyms in the literature, they are not included in the search query in the study. The concept of peer can be examined more comprehensively in another study in which similar concepts are included. Again, as mentioned above, studies on peer effect in specific concepts (consumer behavior, human capital investment, etc.) can be conducted to provide insights into a specific field.

1. GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insanoğlu birçok konuda diğer bireylerin etkisi altındadır ya da etkilenmektedir. Başka insanların sıklıkla tercih ettiği moda kıyafetleri giyme eğilimi, başkalarının sahip olduğuna sahip olma ve başkalarıyla aşık atma isteği bu etkinin birkaç örneğidir. Bireyler farklı şekillerde etkileşime girmektedir. Özellikle kendilerine yakın gördükleri arkadaş, akraba ya da meslektaşlarının davranışlarını taklit etmekte ve onların davranışlarından bir şeyler öğrenmektedir. Boucher vd. (2023, s. 2) bu etkileşimlerin birey davranışına etkisini akran etkisi olarak tanımlanmaktadır. Sacerdote (2011, s. 250) akran etkisini; akranların mevcut davranışları, geçmişleri veya ortaya koydukları sonuçlardan bireyde taklit etme isteği oluşturanların yaratmış olduğu dışsalılık olarak tanımlamaktadır. Nitekim sosyoloji alanındaki çalışmaların büyük çoğunluğu okul alışkanlıklarından emeklilik planlarına kadar yaşamlarının birçok alanında bireylerin diğer bireyleri taklit ettiği yargısını desteklemektedir (Ali Rind vd., 2023, s. 1,2).

Akran etkisi; bireyin tutum, davranış ve değer yargılarının mensup olduğu akran grubu içinde yer alan diğer bireylerin davranışlarından etkilendiğinde ortaya çıkmaktadır. Akran etkisi bulaşma etkisi yaratması açısından önem taşımaktadır. Buna göre akran grubu üyelerinin toplum yanlısı kararları grupta yer alan diğer bireylerin davranışlarını etkilemektedir. Bu etki olumlu olabileceği gibi olumsuz da olabilmektedir. Akran etkisine yönelik ampirik çalışmaların büyük kısmında bireysel sonuçlarla akranların elde ettiği sonuçlar arasında güçlü ve pozitif yönlü ilişkinin olduğu ortaya koyulmaktadır (Bramouille vd., 2020, s. 604; Bursztyn vd., 2014, s. 1273; Wolske vd., 2020, s. 202). Akranların davranışlara etkisi birkaç açıdan değerlendirilebilmektedir. Özellikle gençlerin davranışlarında akran etkisinin yüksek olmasında; gençlerin akranlarının onayını alma isteği ve davranışlarının sosyal etkilerine fazla değer verme eğilimi etkili olmaktadır. Nitekim gençler arkadaşlık ilişkilerine diğer ilişkilerinden daha fazla değer vermektedir. Dolayısıyla kendi sosyal ortamlarında karar verirken arkadaşlarının davranışları ile uyumlu karar vermeye dikkat etmektedirler. Bunun yanı sıra genel olarak bireylerin risk alma eğilimleri, tercihleri ve davranışları; kendileri ile benzer davranış sergileyen birey ya da gruplarla ilişki kurmayı tercih etmelerine neden olmaktadır. Süreçte akranlarla uyumlu hale getirilen davranışlar, akranların da zorlamasıyla sürekli davranış haline gelmektedir (Andrews, 2022, s. 3).

Manski (1993, s. 531-532); bireyin belirli davranışta bulunma eğiliminin, bireyin içinde yer aldığı referans grupta o davranışın yaygınlık düzeyine göre farklılaşacağını ortaya koymaktadır. Bu durum birey davranışında sosyal etkinin bulunduğu anlamına gelmektedir. Birey davranışında sosyal etkiler üzerinde duran Manski akran etkisini de bu sosyal etkiye karşılık gelen kavramlardan biri olarak görmektedir. Şöyle ki iktisat, sosyoloji, sosyal psikoloji, alanlarında özellikle üzerinde durulan sosyal etki “akran etkisi” dışında; “mahalle etkileri”, “uyum”, “sosyal normlar”, “taklit”, “bulaşıcılık”, “salgınlar”, “sürü davranışı”, “sosyal etkileşimler” ve “karşılıklı bağımlı tercihler” kavramlarıyla da ifade edilmektedir. Öncesinde Friedman gibi pek çok ekonomist sosyolojik ve psikolojik boyutları olan normlar ve akran etkisini sadece bireysel düzeydeki süreçleri açıklayabilen olgular olarak değerlendirmiştir. Bundan ötürü uzun zaman iktisatçılar, piyasalar aracılığıyla yönlendirilen içsel etkilerin tanımlanmasıyla ilgilenmiş olup diğer içsel etkilerin tanımlanması nispeten incelenmemiş ve yetersiz kalmıştır. Yani ana akım ekonomi temelde uzun zaman piyasalar aracılığıyla yönlendirilen içsel etkilerin tanımlanmasıyla yani belirli bir endojen etkiyle (bir bireyin bir ürüne olan talebinin, kısmen ilgili pazardaki toplam talep tarafından belirlenen fiyatla nasıl değiştiği gibi) ilgilenmiştir. Özellikle denge fiyatları ve miktarlarının gözlemlerinin tüketicilerin talep davranışını ve firmaların arz davranışını ortaya koyduğu koşullar gibi piyasayı etkileyen ya da piyasadaki davranışlar temel alınsa da piyasa harici etkiler çok fazla dikkate alınmamıştır. Oysa piyasayı ve bireyi etkileyen sosyal çevre, aile, toplumculuk, iş yaşantısı, kimlik, ırk ve inanç gibi kavramlar daha arka planda kalmıştır. Bu durum sadece iktisada özgü bir durum olmayıp sosyologlar arasında da toplumsal etkilerin doğası hakkında net bir fikir birliğine ulaşılamamıştır. Sosyal bilimlerin toplumun bireyi, bireyinde toplumu etkilediği karşılıklı kanallar hakkında ortak sonuca varamamasının temel sebeplerinden birisi tanımlama sorunudur. Bu sorun akran etkisi kavramı ve kapsamı açısından da devam etmekte ve hala tartışılmaktadır. Manski akran etkisini endojen etki, egzogen etki ve korelasyonlu etki olmak üzere üçe ayırmaktadır. Endojen etki akranların mevcut davranışları sonucunda ortaya çıkan etki iken egzogen etki davranışlardan ziyade akranların özgeçmişlerinin yarattığı etkidir. Korelasyonlu etki ise aynı grupta yer alan bireylerin benzer bireysel özelliklere veya kurumsal ortamlara sahip olmalarından ötürü benzer davranışlar sergileme eğiliminde olmalarına karşılık gelmektedir (Sacerdote, 2011, s. 251; Manski, 1993, s. 532,533). Özellikle tüketim ve yatırım davranışında ortaya çıkan akran etkisinde sosyal öğrenme ve sosyal fayda etkili olabilmektedir. Sosyal öğrenmeye göre bireyler başkaları tarafından tercih edilen bir malı (yatırım aracını); sırf tercih ediliyor olmasından ötürü kaliteli olduğu

düşüncesiyle satın almaktadır. Sosyal faydaya göre ise bir malın tercih edilmesiyle elde edilecek fayda doğrudan diğerlerinin aynı malı tercih etmesinden kaynaklanabilmektedir (Bursztyn vd., 2014, s. 1274).

Akran etkisine yönelik çalışmaların üzerinde durduğu temel hususlardan biri akran grubun tanımlanmasıdır. Nitekim bireylerin akran grubu ile nasıl ilişki kurduğu akran etkisine ilişkin değerlendirmeleri etkilemektedir. Bireyin akran grubunun tanımlanmasında kullanılan yöntemlerden biri akran grubun herhangi bir grup üyesi veya sosyal ağ içerisindeki bağlantılarla sınırlandırılmasıdır. Buna göre kilise üyeleri ya da herhangi bir kurumda çalışanlar akran grubunu oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra eğitim alanında özellikle kolej ve üniversite öğrencileri düzeyinde akran etkisini değerlendiren çalışmaların bir kısmında; öğrencilerin oda arkadaşı ya da yurt arkadaşları akran grubu oluşturmaktadır (Sacerdote, 2001, s. 681). Aynı işyerinde çalışan iş arkadaşları çoğu zaman zorunlu bir iletişim ve etkileşime maruz kalmaktadır. Bu da “akran baskısı” ve “bilgi taşınması” gibi durumlara neden olarak bazen olumlu bazen de olumsuz sonuçlar ortaya çıkartabilmektedir. Bu sebeple aynı ortamda çalışan kişiler akran olarak kabul edilebilmektedir (Cornelissen vd., 2017, s. 425).

Dougal vd. (2015); bir firmanın kurumsal yatırımlarının coğrafi akranlarının yatırımlarına bağlı olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre firma davranışları kendilerine yakın firmaların davranışlarından daha fazla etkilenmektedir (Wolske vd., 2020, s. 203; Ali Rind vd., 2023, s. 2). Buradan hareketle akranın belirleyicilerinden bir diğerinin coğrafi yakınlık olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Nitekim Mayer (1990), Rosenbaum (1992) ve Katz vd. (2001) çalışmalarında ortaya koyulduğu üzere akran etkisi yakın bölgede yaşayan ya da komşu akranların etkisine karşılık gelmektedir (Sacerdote, 2011, s. 253). Buna karşılık Rohrbeck ve Garvin (2014); mesajlaşmanın, e -mailin, online sohbetlerin, etkileşimli video oyunlarının ve twitter, facebook gibi sosyal medya araçlarının akran etkisinin doğasını değiştirdiği, böylelikle fiziksel olarak yakın olunan ve bir arada bulunulan bireylerin dışındakilerin de akran grup içerisinde yer aldığını belirtmektedir (Rohrbeck ve Garvin, 2014, s. 2).

Akran etkisine yönelik çalışmaların karşı karşıya kaldığı en temel zorluklardan biri; bireyler ile akranları arasındaki nedensel ilişkinin belirlenmesidir. Şöyle ki; endojen oluşan etki akran gruplarında bireyler ve akranları sosyal etkileşim dışındaki nedenlerle de birbirlerine benzer şekilde hareket etmektedir. Bunun yanı sıra akranların bireyler üzerindeki etkisini, bireylerin akranları üzerindeki eş zamanlı etkisinden ayırmak zor olmaktadır. Bireyler ile akranları arasındaki nedensel ilişkinin güvenilirliği ise araştırmacının tanımladığı akran gruplarının etkili sosyal etkileşime sahip olup olmadığına yönelik bulgulara bağlıdır (Ahern vd., 2014., s. 3216; Feld ve Zölit, 2017, s. 388).

Akran etkisi birçok açıdan önemlidir. Akranlar bilgi ve kaynak paylaşımında bulunmanın yanı sıra birbirlerinden öğrenme imkânı da bulmaktadır. Alkol ve madde kullanımı, suç, okulda başarısızlık, internet bağımlılığı, sosyal etkileşim yoluyla pekiştirilebilmektedir. Kırmızı ışıktaki geçme veya yüksek hızla araç sürme gibi negatif davranışlar akran etkisi yoluyla yayılabilmektedir. Buna karşılık akran etkisi bireylerin daha az risk almasına ya da gönüllülük programlarına katılım gibi daha toplum yararlı davranışlarda bulunmasına da vesile olabilmektedir.

Bu çalışma ile sosyal bilimlerde birden çok alanla ilişkili ve birçok alanda yaygın etkisi olan kavramın mevcut durumuna yönelik içgörünün sunulması ve kavramın geleceğine yönelik öngöründe bulunulması amaçlanmaktadır. Akran etkisine yönelik yapılan çalışmalarda hızla bir artış olsa da literatürde sistematik literatür haritalaması kullanan çalışmaların sınırlı olması kavrama yönelik bütünsel bir anlayışın ortaya konulması ve gelecekte yapılması planlanan çalışmalara yön vermesi açısından yetersiz kalınmasına neden olmaktadır. Bu sebeple bu çalışma sosyal bilimlerde akran etkisini güncel ve bütünsel bir bakış açısıyla sunabilmek için kavramı şekillendiren eğilimleri, araştırma odaklarını ve baskın bakış açılarını menşei ülke, etkili yazarlar temel dergiler, öne çıkan anahtar sözcükleri analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma akran etkisi araştırmasının kapsamlı ve güncel bir yorumunu sağlamak için ağ, küme ve tema analizini kullanmaktadır. Çalışmanın mevcut sınırları netleştirmeye yardımcı olması ve gelecekteki araştırmalara ilişkin yeni içgörüler sunması hedeflenmektedir.

2. LİTERATÜR

Akran etkisine yönelik literatür değerlendirilmesi yapıldığında; akranların birey davranışı üzerine etkisini araştıran disiplinler yalnızca iktisat ve psikoloji ile sınırlı olmayıp sosyal bilimlerdeki birçok disiplinin inceleme alanı içerisinde yer almaktadır (Browne vd., 2021, s. 1133). Bununla birlikte konuya yönelik çalışmaların önemli bir kısmı iktisat ve eğitim alanlarında gerçekleştirilmektedir. Buradan hareketle çalışmanın bu kısımda iktisat ve eğitim alanında gerçekleştirilen çalışmalara yönelik örnekler üzerinde durulmaktadır.

Eğitim alanında yapılan çalışmalardan birisi olan Parker (2012)'in aktarımına göre; Henderson vd. (1976), Epple ve Romano (1998), Burke ve Sass'ın (2006) çalışmalarında olduğu gibi özellikle ilköğretim ve orta öğretim öğrencileri ile gerçekleştirilen çalışmaların büyük çoğunluğunda yüksek becerili akranlara sahip çocukların daha fazla öğrenme becerisine sahip olduğu ortaya koyulmaktadır. Bunun yanı sıra Sacerdote (2001, s. 694,696) kolejde yurttan kalan öğrenciler üzerinden akran etkisinin akademik başarıya etkisini değerlendirmektedir. Çalışmaya göre yurttan akademik başarı düzeyi yüksek oda arkadaşı ile kalan öğrencilerin akademik başarılarının yüksek olduğu ortaya konulmaktadır.

İktisatta akran etkisine yönelik çalışmalar ise; bireylerin hisse senedi piyasasına katılma kararı, emeklilik planları, tasarruf, kredi gibi yatırım kararları ve sigorta tercihiinde akran etkisi altında olduklarını ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin iş gücü piyasasına katılma kararları, tüketim kararları, girişimcilik ve sağlığa yönelik tercihlerinde de akran etkisi bulunmaktadır. Hong vd. (2004) ve Brown vd. (2008) hisse senedi piyasalarına katılma kararında akran etkisine yönelik çalışmalara örnek oluşturmaktadır. Buna göre bireylerin hisse senedi piyasasına katılımlarında komşularının hisse senedi piyasasında yer alması belirleyici olmaktadır (Brown vd., 2008, s. 1511). Hong vd. (2004, s. 140) sosyal yatırımcıların sosyal olmayan yatırımcılardan daha fazla hisse senedi piyasasında yer aldığını ortaya koymakta, bu yolla Brown vd. (2008)'in bulgusunu desteklemektedir.

Duflo ve Saez (2002) ve Bursztyn vd. (2014) bireylerin yatırım kararlarında akran etkisine yönelik çalışmalara örnek oluştururken, Cai vd. (2015) ise sigorta tercihiinde akran etkisine yönelik çalışmalar arasında yer almaktadır. Duflo ve Saez (2002, s. 145,146) yatırım kararını emeklilik planı ve bu plan kapsamında yatırılacak katkı üzerinden değerlendirmekte olup, akran etkisinin emeklilik planına dahil olma ve yatırılan katkı miktarı üzerinde pozitif etki yarattığını ortaya koymaktadır. Bursztyn vd. (2014, s. 1277) bireylerin hisse senedi satın alıp almama kararında akran etkisinin olduğu sonucuna ulaşmaktadır. Akran etkisinin sosyal öğrenme ve sosyal karşılaştırma alt boyutları üzerinden değerlendirildiği çalışma ile her iki boyutun da bireylerin hisse senedi satın alma kararı üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Card vd. (2012) iş gücü piyasasında akran etkisine; Trogdan vd. (2008) ise akran etkisinin sağlık alanında değerlendirildiği çalışmalara örnek oluşturmaktadır. Card vd. (2012, s. 2982) ücret düzeyi kendi departmanlarında çalışanların ortalama ücret düzeyinin altında olanların, kendilerine akranlarının ücret düzeyine yönelik bilgi sunulduğunda iş memnuniyetinin azaldığı ve iş arama eğiliminin arttığı sonucuna ulaşmaktadır. Buna karşılık ortalamanın üstünde ücrete sahip olanlara akranlarının ücretine ilişkin bilgi sunmanın; iş memnuniyeti ve iş arama eğiliminde değişiklik yaratmadığı görülmektedir. Trogdan vd. (2008, s. 1393) obezitenin önemli sağlık problemlerinden biri olduğundan hareketle bireysel kiloda akran etkisini değerlendirmektedir. Özellikle vücut kitle indeksi yüksek olan grupta bireysel kilo üzerinde akran etkisinin vücut kitle indeksi daha düşük gruba göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Son olarak; Lerner ve Malmendier (2012) girişimcilikte akran etkisini değerlendiren çalışmalar arasında yer almaktadır (Browne vd., 2021, s. 1133; Ahern vd., 2014, s. 3213).

Bunun yanı sıra iktisatta akran etkisinin bireylerin risk ve güvene yönelik tutumlarına etkisine yönelik çalışmalar da yer almaktadır. Delfino vd. (2013), Ahern vd. (2014) çalışmaları bu tür çalışmalara örnek oluşturmaktadır. Ahern vd. (2014); bireylerin güvene yönelik tutumlarında akran etkisinin olmadığı, ancak bireylerin risk tutumunun akranları tarafından etkilendiğini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde Delfino vd. (2013) de risk tutumunda akran etkisinin söz konusu olduğunu belirtmektedir (Laban, 2014, s. 132-134; Ahern vd., 2014, s. 3214,3215; Delfino vd., 2013, s. 120,121).

3. YÖNTEM

Bibliyometrik analiz, büyük hacimli bilimsel verileri keşfetmek, belirli bir alanın evrimsel nüanslarını açığa çıkarmayı sağlamak, analiz etmek ve bu alandaki yeni alanlara ışık tutmak için kullanılan titiz bir yöntemdir (Donthu, 2021, s. 285). Bibliyometrik analizler araştırma sorularına uygun olarak farklı paket programlar ile gerçekleştirilebilmektedir. Bu çalışma da verilerin analizinde Bibliometrix ve VOSviewer paket programı kullanılmıştır. Ağ verilerine dayalı haritalar oluşturmak ve keşfetmek için kullanılan bir yazılım aracı VOSviewer 2010 yılında Nees Jan van Eck ve Ludo Waltman (Leiden Üniversitesi) tarafından piyasaya sürülmüştür (Van Eck ve Waltman, 2010). Araştırma verilerinin analizi için Biblioshiny seçilmiştir. VOSviewer, ortak yazarlık, ortak oluşum, atıf, bibliyografik bağlantı ve ortak atıf bağlantılarını gösterimsel olarak sunmaktadır. Bibliometrix, 2017 yılında Dr. Massimo Aria (Napoli Federico II Üniversitesi) ve Dr. Corrado Cuccurullo (Campania Luigi Vanvitelli Üniversitesi) tarafından başlatılmıştır (Aria ve Cuccurullo, 2017).

3.1. Araştırmanın Amacı

Farklı çalışma alanlarında kendine yer bulan akran etkisi kavramı son beş senedir daha fazla ilgi görmektedir. Özellikle sosyal bilimlerde başta ekonomi alanında konunun ele alındığı, disiplinler arası alanlara kavramın yayıldığı ve yapılan çalışmalarla artan bir bilgi birikiminin olduğu görülmektedir. Bu araştırma ile sosyal bilimler alanlarında akran etkisi çalışmalarının bütünsel ve kapsamlı bir incelemesinin yapılması amaçlanmakta ve bütüncül bir içgörü sunulmaktadır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Verisi

Araştırmanın veri tabanının belirlenmesinde veri tabanında taranan dergilerin etki faktörleri ve alanı yönlendirme potansiyeli ile araştırma sorularına cevap verebilecek filtrelemeye sahip olan ve bibliyometrik analizlerde kullanılan paket programlarına uygun dosya tipinde veri indirme imkânı sunması gibi kriterler dikkate alınarak en eski veri tabanlarından birisi olan Web of Science (WoS) veritabanı tercih edilmiştir. WoS veri tabanında yayınlanmış olan akran etkisi ile ilgili çalışmalar konu bazlı taranmıştır. 06.02.2025 tarihinde “peer effect” or “peer effects” anahtar sözcüğü tüm alanlarda (all fields) aranmıştır. Başlangıçta 2216 çalışmaya ulaşılmıştır. Ardından yazım dili olarak İngilizce ve belge tipi makale (article) seçilmiştir. Bu çalışma, sosyal bilimler alanında hazırlandığı için bilim kategorileri başlıklarından “Economics”, “Business Finance”, “Business”, “Management”, “Education Educational Research”, “Psychology Multidisciplinary”, “Agricultural Economics Policy”, “Psychology Educational”, “Industrial Relations Labor”, “Psychology”, “Social Work”, “Public Administration”, “Family Studies”, “Social Issues”, “Law”, “Sociology”, “Social Sciences Interdisciplinary” ve “Psychology Social” seçilmiştir. Web of Science indeksleri ise Social Sciences Citation Index (SSCI), Sciences Citation Index Expanded (SCI-E) ve Emerging Sources Citation Index (ESCI) şeklinde filtrelenmiştir. Bu kriterleri sağlayan 1528 çalışma tespit edilmiştir. Çalışmalarda yıl kısıtı konulmamış ancak elde edilen çalışmaların 1999-2025 yıllarını kapsadığı görülmüştür. Araştırma sorularında kullanılmak üzere araştırma verileri, “full record and references” (çalışma başlığı, yazar adları ve kurumları ile ülkeleri, dergi adları, çalışma anahtar kelimeleri, özetleri, yayın yılları ve referans listesi) şeklinde indirilmiştir.

Literatürde arkan etkisi ile ilgili ilişkili bir kavramla birlikte kullanımına yönelik bibliyometrik araştırmalar bulunsa da kavramı sosyal bilimler alanında bu kadar geniş bir şekilde ele alan bir çalışma bulunmaması sebebiyle bu çalışma özgündür.

3.3. Araştırma Sorusu

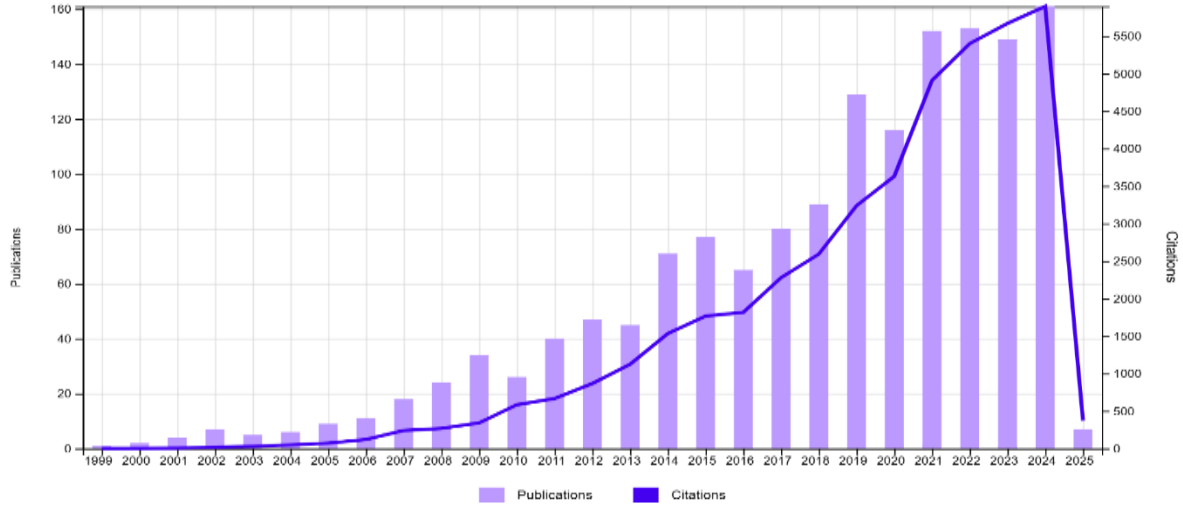
Bu araştırma, akran etkisi kavramının sosyal bilimler alanında çalışılmaya başladığı ilk zamanlardan itibaren günümüze kadar olan sürecini inceleyerek akran etkisini güncel ve kapsamlı bir bakış açısı ile sunmaktadır. Bu doğrultuda bu çalışma aşağıdaki alt problemleri araştırmaktadır:

- Sosyal bilimlerde akran etkisine yönelik yapılan çalışmalar ve atıflar zamana göre nasıl bir seyir izlemiştir?
- Sosyal bilimlerin hangi alanlarında akran etkisine yönelik yapılan çalışmalar mevcuttur?
- Sosyal bilimlerde akran etkisi araştırmalarındaki öncü çalışmalar nelerdir?
- Akran etkisine yönelik sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda ilişki gücü yüksek yazarlar kimlerdir?
- Akran etkisine yönelik sosyal bilimlerde yapılan çalışmaların kaynakları arasında nasıl bir benzerlik ağı vardır?
- Akran etkisine yönelik sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda en çok çalışılan anahtar kelimeler nelerdir?
- Akran etkisine yönelik sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda anahtar kelimelerin tematik bulguları nelerdir ve gelecek yönelimleri nasıldır?
- Akran etkisine yönelik sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda en çok hangi ülke yayın yapmıştır?
- Akran etkisine yönelik sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda konu ile alakalı olarak hangi dergiler daha çok yayın yapmıştır?

4. BULGULAR

Çalışmada verilerin analizinde Bibliometrix ve VOSviewer paket programı kullanılmıştır. Analizler de programın yazılım gereği çoklu yazarlı çalışmalarda sadece ilk yazar alınmış ve ortak atıf analizinde de veri setindeki dokümanların kaynakçaları dikkate alınmıştır.

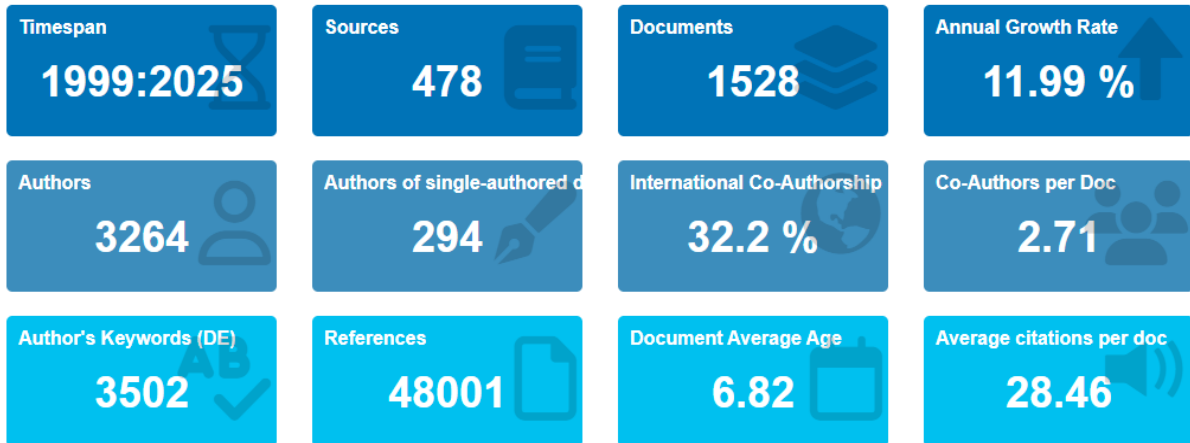
Şekil 1. Yıllar İtibariyle Atıf Zamanları ve Yayın Zamanları



1999-2025 yılları arasında literatürde ekran etkisi ile ilgili çalışmaların eğilimlerinin özellikle 2021 yılından itibaren oldukça arttığı gözlemlenmiştir. Araştırmaya dahil edilen çalışmaların yıllar içinde yayınlanma ve atıflanma süreçleri ise Grafik 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1’de Web of Science veri tabanının da sosyal bilimler alanında belirlenen kategorilerde ekran etkisine yönelik yapılan çalışmaların 1999 yılından itibaren yayınlanmaya başladığı görülmektedir. 1 çalışma ve 1 atıfın olduğu 1999 yılından sonrasında yayın sayısı dalgalı bir seyir seyretmiş olsa da atıf sayısında istisnai dönemler haricinde genel bir artış olduğu görülmektedir. 2010, 2013, 2016, 2019 ve 2023 yıllarında yapılan çalışma sayısı bir önceki yıla göre azalsa da sürekli bir artış eğilimi gösterdiği söylenebilir. Özellikle 2021 yılı itibari ile hızla artan yayın ve atıf sayısı kavrama yönelik ilginin son dönemlerde oldukça arttığını göstermektedir. Özellikle örneklem olarak belirlenen 1528 yayının 161 tanesinin sadece 2024 yılında, 149 tanesinin 2023, 153 tanesinin 2022 ve 152 tanesinin 2021, 116 tanesinin 2020 ve 129 tanesinin de 2019 yılında olması kavrama yönelik çalışmaların yarısından fazlasının son 6 yılda yapıldığını göstermektedir. Toplamda 43482 atıfın 5896’sının 2024 yılında, 5669’unun 2023 yılında, 5400’ünün 2022 yılında, 4910’ünün 2021 yılında, 3630’ünün 2020 yılında ve 3239’unun 2019 yılında yapılması kavrama yönelik ilginin yine son yıllarda arttığını göstermektedir.

Şekil 2. Temel Araştırma Bulguları



Veri setinde sosyal bilimler alanında yapılan akran etkisine yönelik çalışmaların sayısında %11,99'lük bir yıllık artış olduğu görülmektedir. Tüm belgelerde toplam 3502 anahtar kelime ve 48.001 atıfta bulunulan referans belirlenmiştir. Belirlenen 1528 çalışmada, belge başına ortalama 28.46 atıf bulunmaktadır. Veri setinde 3264 yazar belirlenmiş ve %32,2'sinin uluslararası iş birliklerinde bulunduğu görülmüştür. Her çalışmanın ortalama 2.71 yazarı vardır yani her bir makale ortalama üç yazarla yazılmıştır denilebilir.

Şekil 3. Etkili Alan Kategorileri



Şekil 3'e bakıldığında en fazla çalışmanın 999 (%67'si) ile ekonomi alanında olduğu görülmektedir. Ardından eğitim araştırmalarında 190, işletme finansmanında 188 ve yönetim alanında ise 117 çalışma bulunmaktadır.

Toplam 1528 çalışmanın yer aldığı veri seti içinde 938 atıfla en fazla atıf alan ise Sacerdote tarafından yazılan 2001 tarihli "Quarterly Journal of Economics" dergisinde yayınlanan "Peer effects with random assignment: Results for Dartmouth roommates" (Rastgele atama ile akran etkileri: Dartmouth oda arkadaşları için sonuçlar) adlı makale olmuştur. Bu makalede üniversitede oda arkadaşları arasındaki akran etkileri ölçülmüştür. Akranların, not ortalaması ve dernekler gibi topluluklara ve sosyal gruplara katılma kararları üzerinde bir etkisi olduğunu tespit edilmiştir. Derneklere katılma gibi sonuçlar için akran etkileri fazlayken, işgücü piyasası faaliyetlerini doğrudan etkileyen sonuçlar için etkiler daha azdır; not ortalaması üzerindeki etkiler az ve üniversitede bölüm seçimi üzerinde hiçbir etkisi yoktur.

Veri setinde en eski tarihli yayınlanmış makale ise Effinger ve Polborn tarafından 1999 yılında yayınlanan yetenek açısından farklılık gösteren öğrencilerin iki farklı okul türüne nasıl dağıtıldığını analiz eden "A model of vertically differentiated education"(Dikey olarak farklılaştırılmış bir eğitim modeli) adlı çalışmadır. Çalışma da akran etkisinin olduğu varsayılırken ayrıca okuldan mezun olduktan sonra beklenen gelirin de sınıf arkadaşlarının ortalama verimliliğine bağlı olduğu kabul edilmektedir. Araştırma, serbest okul seçimi (öğrencilerin istedikleri okula gidebilmesi) ve akademik seviyenin merkezi olmayan (bağımsız) bir şekilde belirlenmesi durumunda nasıl bir öğrenci dağılımı oluşacağını incelemiş ve sonuç olarak, bu sistemde akademik seviyenin sosyal açıdan optimal olmadığı ve çok fazla öğrencinin daha iyi okul türüne gittiği tespit edilmiştir. Bir sosyal bir planlamacının (devlet veya eğitim düzenleyicisi) daha yüksek bir akademik seviye belirleyerek yani merkezi bir müdahale ile öğrenci dağılımını iyileştirebileceği ifade edilmektedir. Daha yüksek bir akademik seviye belirleyerek okulların giriş şartlarının zorlaştırılabileceği böylece öğrenci dağılımının daha dengeli hale gelebileceği ve eğitim sisteminin genel olarak daha verimli olabileceği düşünülmektedir.

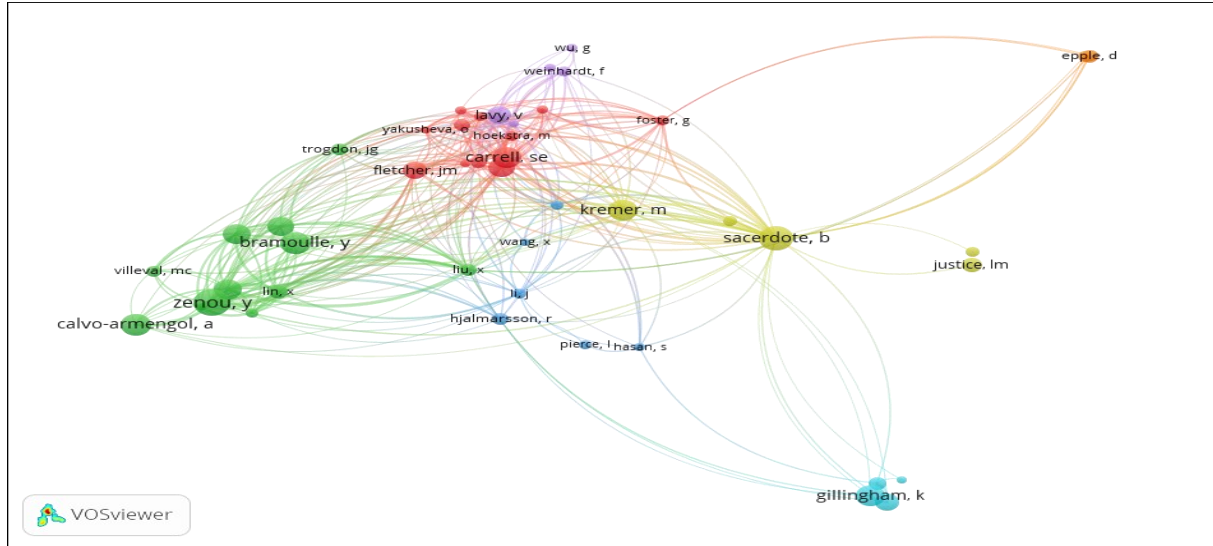
Örnekleme pek çok çalışma olup akran etkisi farklı araştırma yöntemleri ve farklı alanlarda ele alınan bir konu olması açısından önem arz etmektedir.

Tablo 1. Yazar – Atıf Bilgileri

Sıra	Yazar	Çalışma Sayısı	Atıf Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
1	Sacerdote, B	3	1197	125
2	Zenou, Y	14	1407	117
3	Patacchini, E	13	775	115
4	Carrel, SE	6	848	114
5	Lin, X	9	402	102
6	Liu, X	10	294	93
7	West, JE	4	719	92
8	Boucher, V	5	105	70
9	Fletcher, JM	12	598	69
10	Fortin, B	6	808	67

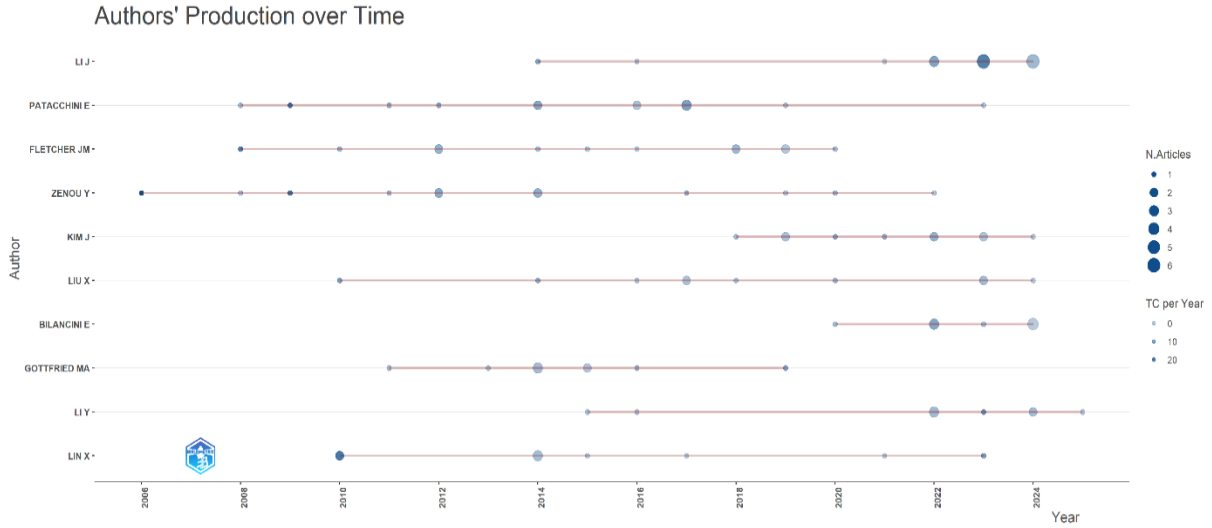
Araştırma sorusu kapsamında yapılan atıf analizinde veri setindeki çalışmaların yazarları dikkate alınmış olup, görsel karmaşıya sebebiyet vermemesi için yazarların soyisimleri ile hazırlanmıştır. Veri setinde en az üç çalışması ve en az yüz atıf almış olma koşulunu sağlayan 49 yazara ulaşılmıştır. 49 yazarın her biri için, diğer yazarlarla olan atıf bağlantılarının toplam gücü hesaplanmış ve en yüksek toplam bağlantı gücüne sahip yazarlar seçilmiştir. Belirlenen çalışma ağındaki 49 yazardan bazılarının birbirine bağlı olmadığı, en büyük bağlantılı öge setinin 47 yazardan oluştuğu tespit edilmiş ve tüm ögeler yerine bu öge grubu analize sokularak haritalanmıştır.

Tablo 1’de toplam bağlantı gücüne ve atıf sayısına bakıldığında en etkili yazarın Sacerdote olduğu görülmektedir. Bu durum atıf sayısına göre düzenlenmiş verilerin görselleştirilmiş hali aşağıdaki Şekil 4’de de görülmektedir.

Şekil 4. Yazarlar Bağlamında Atıf Analizi Haritası

Şekil 4 kavrama yönelik temel yazarları göstermektedir. Şekil 4’de yakından ilişkili dairelerin oluşturduğu grubu ifade eden kümelerle bakıldığında ise 7 farklı renkte kümelenme bulunmaktadır. . Daireler arası mesafe yüksek gücü gösterirken, etiket ve dairenin büyüklüğü ile ilişki çizgilerinin kalınlığı da ögenin ağırlığını göstermektedir. Birinci küme 12, ikinci küme 12, üçüncü küme 6, dördüncü küme 5, beşinci küme 5, altıncı küme 4, yedinci küme 3 ögeden (yazardan) oluşan yazar ağlarını göstermektedir.

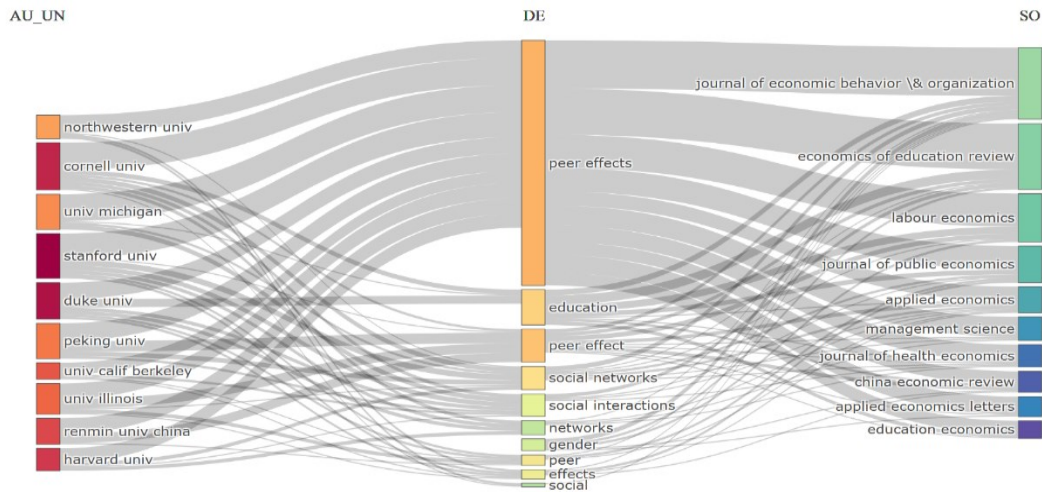
Şekil 5. Yazarların Yıllara Göre Üretkenlik Durumu



Farklı alanlardan yazarlar farklı zamanlarda akran etkisi kavramına yönelik çalışmalar yapmaktadır. Yazarların atıf sayısı kadar zaman içinde yapmış olduğu çalışma sayıları da önem arz etmektedir. Bu sebeple yazarların yıllar itibariyle ortalama üretkenlik düzeyleri de yine kavram içgörüsü için önemlidir.

Li, WoS veri tabanına giren dergilerden ilk çalışmasını 2014 yılında yapmış ve bu çalışmasında ortalama yıllık toplam 8.92 atıf almıştır. Daha sonra 2016 yılında bir çalışma daha yapmıştır. 2021 yılından sonra ise akran etkisine yönelik olarak düzenli çalışmalar üretmiştir. 2021 yılında 1 tane, 2022 yılında 3 tane, 2023 yılında 6 tane ve 2024 yılında da 6 tane almak üzere makale yayınlamıştır. Şekil 5'den de görüldüğü üzere Li, son yıllarda sosyal bilimler alanında belirlenen veri tabanında akran etkisine yönelik en fazla yayın üreten yazardır.

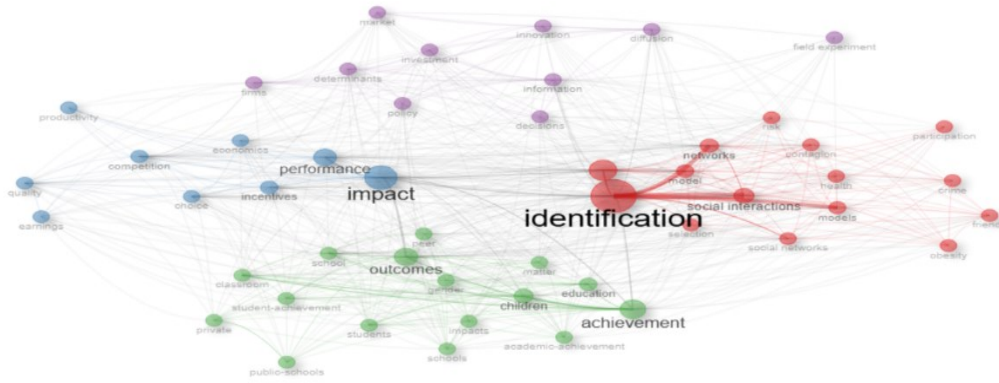
Şekil 6. Üç Alanlı Tema Analizi



Üç alanlı tema analizinde üç alanın (yazarlar, anahtar kelimeler, dergiler, ...) ana öğelerini ve bunların nasıl ilişkili olduğu bir Sankey diyagramı ile sunulmuştur. Hangi kurumların hangi konularda çalıştığını ve hangi dergilerin hangi konuları yayınladığını birlikte görmekte akran etkisi kavramına yönelik genel bir bakış açısı sunması yönünden önemlidir. Bu analiz ile akran etkisi kavramına bütünsel bir bakış açısı sunulmaktadır. Şekil 6'da veri setinde en fazla kullanılan ilk 10 anahtar kelime, kurum ve yayın kaynağı arasındaki bağlantı teması görselleştirilmiştir.

Tema analizinde “*peer effects*” anahtar kelimesi tüm kurumlarda ve kaynaklarda tercih edilmiştir. İkinci kullanılan anahtar kelime ise “*education*” olmuştur. Kavram Cornell, Michigan ve Duke üniversitelerinde ki çalışmalarda daha fazla kullanılmaktadır. Çalışmaların yayınlandığı dergilerde ise 8 dergide yine bu anahtar kelimeler geçmektedir. “*Journal of economic behavior & organization*” dergisi 10 anahtar kelimeden 9’unun geçtiği bir dergidir. Kavrama yönelik yayın yapan dergilerin ekonomi içerikli dergiler olduğu görülmektedir.

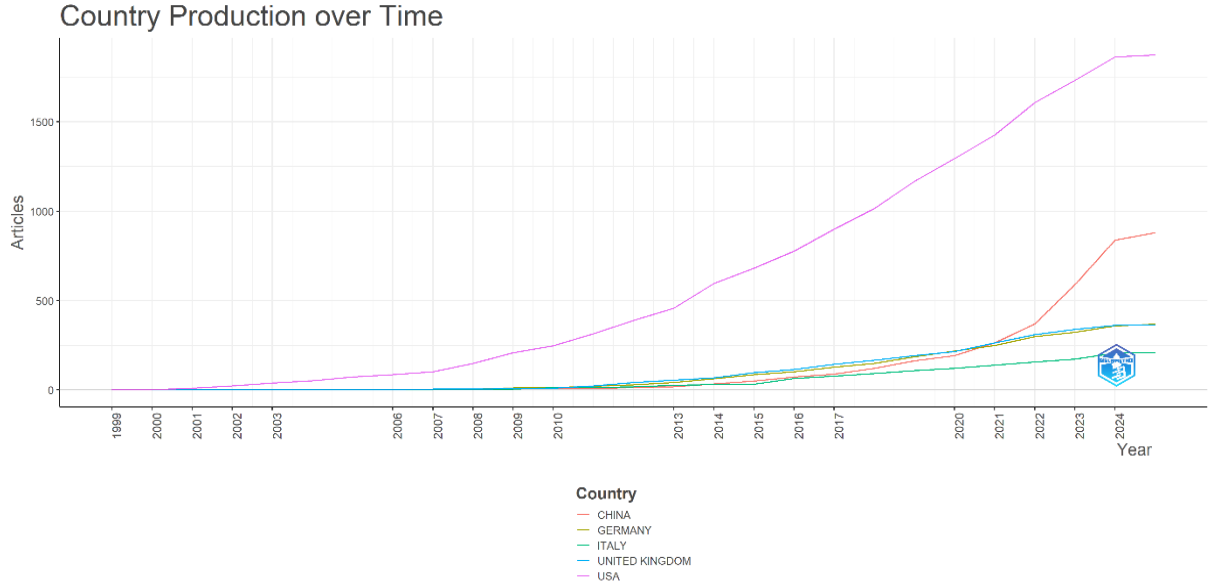
Şekil 7. Anahtar Sözcüklerin Birlikte Kullanımı



Makalelerde öne çıkan anahtar sözcükler kadar hangi anahtar sözcüklerin çalışmalarda birlikte kullanıldığının bilinmesi de akran etkisi konusunda çalışma yapan araştırmacılara kavram araştırmasında yardımcı olmaktadır. WoS, diğer veri tabanlarından farklı olarak birçok yayının konu analizini yapmak için en iyi içerik alanı olarak önerdiği "Keyword Plus" (ID etiketi) sağlamaktadır. Burada yazarların anahtar kelimelerinin dışında yayıncıların belirlemiş olduğu anahtar sözcükler bulunmaktadır. Şekil 7’de yayıncıların belirlediği bu anahtar sözcüklerden hangi anahtar sözcüklerin birbirleri ile birlikte kullanıldığı verilmiştir.

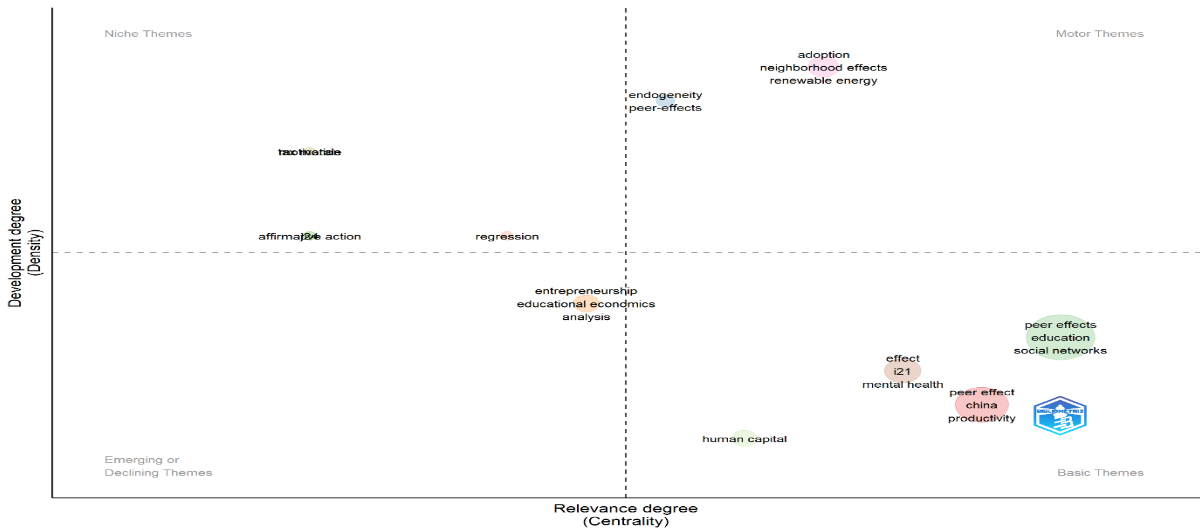
Yayıncıların belirlemiş olduğu anahtar sözcüklerin birlikte kullanımına bakıldığında 4 kümenin olduğu görülmektedir. Kırmızı olan ilk küme de öne çıkan kelime “identification” ve ardından “behavior” olmuştur. Yine bu küme de “model”, “networks”, “social interactions”, “contagion”, “health” ve “risk” kelimeleri ile bağlantılar görülmektedir. Bu küme tanımlama, sosyal etkileşim, ağlar ve davranış gibi kavramlarla sosyoloji ve psikoloji alanlarına yönelik kavramları önceliklendirirken bir yandan da sağlık, risk ve bulaşma gibi sağlık durumunun toplumsal çıktılarına içermektedir. İkinci mavi küme de ise öncelikle “impact” ardından da “performance” kelimeleri dikkat çekmektedir. Bu kümenin diğer kelimelerine bakıldığında ise “economics” ve “productivity” gibi daha ekonomi alanına ilişkin ekonomi, performans ve üretkenlik, etkiler gibi kelimeler görülmektedir. Mor olan üçüncü küme de öncelikle öne çıkan bir kelime görülmesi de kelime kümesine bakıldığında daha çok işletme alanına ilişkin olan “innovation”, “firms”, “market” gibi firma ve piyasa kelimeleri göze çarpmaktadır. Son küme olan yeşil küme de ise öncelikle “achievement” ardından da “outcome” kelimeleri başta olmak üzere yine “student”, “education”, “children” ve “student” gibi öğrenci, eğitim ve başarı gibi eğitim alanına ilişkin kelimeler öne çıkmaktadır.

Şekil 8. Ülkelerin Yıllara Göre Üretkenlik Durumu



Ülkelerde yıllara göre akran etkisi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında ilk çalışmanın 1999 yılında 1 çalışma ile Almanya'da olduğu görülmektedir. 2000 yılı itibarıyla ABD'de 3, Almanya'da 1 çalışmanın gerçekleştirilmiştir. 2001 yılı itibarıyla Çin'de 2 çalışma, 2005 yılı itibarıyla Birleşik Krallık'ta 1 çalışma, 2007 yılı itibarıyla İtalya'da 3 çalışma ilk defa yapılmıştır. 2007 yılından itibaren ise ABD'de yapılan çalışmalar ciddi bir ivme kazanarak diğer ülkelerde yapılan çalışmalardan çok daha fazla sayılara ulaşmıştır. 2021 yılından itibaren ise Çin'de yapılan çalışmaların Almanya, İtalya ve Birleşik Krallık gibi diğer ülkeleri geçerek ABD'den sonra ikinci sıraya yerleştiği görülmektedir. Özetle sosyal bilimlerde akran etkisine yönelik yapılan çalışmalarda öncülük ABD'dir.

Şekil 9. Tematik Harita



Şekil 9'da ki tematik harita da yatay eksen merkezilik derecesini, dikey eksen ise yoğunluk derecesini vermektedir. Merkeze yakın olan kelimeler en fazla kullanılan kelimeler olurken yoğunluk açısından da kelime ne kadar yukarıda ise o kadar yoğun kullanılmakta demektir. Harita dört bölümden oluşmakta olup sağ alt grup bu konuda yapılan çalışmalarda ki ana temaları (basic themes) verirken, sağ üst grup ise son dönemlerde öne çıkan popüler yani öncülük olan (motor themes) temaları göstermektedir. Sol alt grup artık daha az çalışılan ya da henüz yeterince

çalışılmamış olan kavramları (emerging or declining themes) göstermektedir. Son olarak sol üst grup ise henüz yeterince çalışılmamış ama potansiyeli yüksek olan kavramları (niche themes) göstermektedir.

Yazarların belirlediği anahtar kelimelere yönelik tema haritasına bakıldığında ana temada eğitim, akran etkisi, sosyal ağlar, üretkenlik, mental sağlık ve beşeri sermaye gibi temel çalışma kavramları karşımıza gelmektedir. Artık daha az çalışılan ya da henüz yeterince çalışılmamış olan kavramlar kısmında ise girişimcilik ve eğitim ekonomisi anahtar kelimeler vardır. Son dönemde öne çıkan çalışma alanları olarak ise komşuluk etkileri, yenilebilir enerji ve benimseme gibi kavramlarla akran etkisi arasında kurulan bağlantılı çalışmalar vardır. Gelecek çalışma önerileri olarak ise motivasyon, olumlu eylem gibi anahtar sözcükler öne çıkmaktadır.

5. SONUÇ

“Bu çalışmanın amacı, akran etkisi kavramına yönelik araştırma yapmak isteyen araştırmacıların dağınık literatürde kaybolmalarını önlemek ve kavrama dair bütüncül bir içgörü sunmaktır. Sistematik literatür haritalaması kullanan çalışmaların lığı kavrama bütünsel bir yaklaşımı ve gelecek çalışmalara yön vermesini güçleştirmektedir. Bu sebeple bu çalışmada sosyal bilimlerde akran etkisi güncel ve bütünsel bir bakış açısıyla incelenmiş; kavramı şekillendiren eğilimler, araştırma odakları ve baskın bakış açıları menşei ülke, etkili yazarlar temel dergiler ve öne çıkan anahtar sözcükler bağlamında analiz edilmiştir. Literatürde akran etkisi ile ilişkili kavramların kullanımıyla bazı bibliyometrik araştırmalar bulunsu da, sosyal bilimlerde bu kadar kapsamlı şekilde ele alan bir çalışmaya rastlanmamış olması da çalışmanın özgünlüğüne katkı sunmaktadır. 1999-2025 yılları arasında literatürde akran etkisi ile ilgili çalışmaların eğilimlerinin özellikle 2021 yılından itibaren oldukça arttığı gözlemlenmiştir. Veri setinde sosyal bilimler alanında yapılan akran etkisine yönelik çalışmaların %11,99’lük bir yıllık büyüme oranına sahip olduğu görülmüş ve ağaç haritası grafiğinde de en fazla yayın yapılan alanın ekonomi alanı olduğu tespit edilmiştir.

Akran etkisi çalışan yazarlardan toplam bağlantı gücüne ve atıf sayısına bakıldığında en etkili ismin Sacerdote olduğu görülmektedir. Farklı alanlardan yazarlar farklı zamanlarda akran etkisi kavramına yönelik çalışmalar yapmaktadır. Li, son yıllarda sosyal bilimler alanında akran etkisine yönelik en fazla yayın üreten yazar olmuştur.

Wos veri tabanında sosyal bilimler alanında akran etkisine yönelik ilk çalışma 1999 yılında Almanya’da olsa da özellikle 2007 yılından itibaren bu alanda yapılan çalışmalarda öncü ülke ABD’dir.

Yazarlar, anahtar kelimeler ve dergiler gibi kavram hakkında iç gözü sunan ana öğeler ve bunların nasıl ilişkili olduğunu gösteren üçlü tema analizinde “peer effects” anahtar kelimesinin tüm kurumlarda ve kaynaklarda tercih edildiği ve Cornell, Michigan ve Duke üniversitelerinde ki çalışmalarda daha fazla kullanıldığı görülmüştür. “Journal of economic behavior & organization” dergisi ise öncü dergi olmuştur. Yine kavrama yönelik yayın yapan dergilerin ekonomi içerikli dergiler olduğu görülmüştür. Alanyazında bir kavrama yönelik öne çıkan dergilerin yazar, makale, anahtar kelime gibi değişkenlerine yönelik dergi profilinin sunulması amacıyla bibliyometrik çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışma sonucu öne çıkan “Journal of economic behavior & organization” dergisinin içeriğine yönelik bir bibliyometrik çalışma yapılması da bir başka çalışmanın konusu olarak önerilmektedir.

Yayıncıların belirlemiş olduğu anahtar sözcüklerin birlikte kullanımında ilk küme tanımlama, sosyal etkileşim, ağlar ve davranış gibi sosyoloji ve psikoloji alanlarına yönelik kavramları ön plana çıkarırken ikinci küme de ise ekonomi alanına ilişkin ekonomi, performans ve üretkenlik, etkiler gibi kelimeler görülmektedir. Üçüncü kümede öne çıkan bir kelime görülme de kelime kümesine bakıldığında daha çok işletme alanına ilişkin olan inovasyon, firma ve piyasa gibi kelimeler öne çıkmaktadır. Son kümede ise öğrenci, eğitim, çocuk, çıktı, başarı gibi kelimeleri içeren eğitim alanı öne çıkmaktadır. Bu anahtar kelimeler yine alana ilişkin yayınların alanları ile uyumlu olmakta olup akran etkisinin daha çok ekonomi ve eğitim alanında çalışılan bir kavram olduğunu ortaya koymaktadır.

Akran etkisi ile ilgili yapılan çalışmalarda temel çalışılan alanların sosyal ağlar, beşerî sermaye gibi kavramlarla ilişkiler kurularak yapıldığı, girişimcilik ve eğitim ekonomisi gibi kavramların ise ya yeterince çalışılmamış ya da artık daha az çalışılmaya başlanmış kavramlar olduğu görülmektedir. Yakın dönem de ise daha komşuluk etkileri, yenilebilir enerji ile ilişkili çalışmaların daha öne çıktığı ve ilerleyen dönemlerde de motivasyon, olumlu eylem gibi kavramlarla ilişkili çalışmaların ise bu alanda çalışılma potansiyeli olduğu görülmektedir. Akran etkisi çalışmak isteyen araştırmacıların bu ön görüşleri göz önünde bulundurarak içeriklerini belirlemeleri kavrama yönelik süreci yakalamalarına yardımcı olacaktır.

Bu çalışma da bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Belirli bir akran etkisi tanımı alınmamış belirlenen kısıtlara dahil olan çalışmalarda “peer effect” veya “peer effects” kavramını kullanan tüm çalışmalar analize alınmıştır. “peer influence” gibi kavramlarda literatürde zaman zaman akran etkisi kavramına eş anlamlı olarak kullanılmış olsa da bu arama sorgusuna dahil edilmemiştir. Benzer kavramların dahil edildiği başka bir çalışma ile akran kavramı daha kapsamlı bir şekilde incelenebilir. Yine yukarıda belirtildiği üzere belirli kavramdaki (tüketici davranışları, beşeri sermaye yatırımı,...) akran etkisine yönelik çalışmalarda yapılarak spesifik bir alana yönelik içgörülerde sunulabilir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Ahern, K., R., Duchin, R. ve Shumway, T. (2014). Peer effects in risk aversion and trust. *Review of Financial Studies*, 27(11), 3213-3240. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhu042>
- Ali- Rind, A., Boubaker, S. ve Jarjir, S. L. (2023). Peer effects in financial economics: A literature survey. *Reserach in International Business and Finance*, 64(101873), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2022.101873>
- Andrews, T. E. A. (2022). *Determinants of risky decision making? What is peer influence?* [Doktora Tezi]. The University of Waikato.
- Aria, M. ve Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Bramoulle, Y., Djebbari, H. ve Fortin, B. (2020). Peer effects in networks: A survey. *Annual Review of Economics*, 12, 603-629. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-020320-033926>
- Brown, J. R., Ivković, Z., Smith, P. A. ve Weisbenner, S. (2008). Neighbors matter: Casual community effects and stock market participation. *The Journal of Finance*, 63(3), 1509-1531. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2008.01364.x>
- Browne, M. J., Hofmann, A., Richter, A., Roth, S. M. ve Steinord, P. (2021). Peer effects in risk preferences: Evidence from Germany. *Annals of Operation Researchs*, 299, 1129-1163. <https://doi.org/10.1007/s10479-019-03476-9>
- Bursztyn, L., Ederer, F., Ferman, B. ve Yuchtman, N. (2014). Understanding mechanisms underlying peer effects: Evidence from a field experiment on financial decisions. *Econometrica*, 82(4), 1273-1301. <https://doi.org/10.3982/ECTA11991>
- Card, D., Mas, A., Moretti, E. ve Saez, E. (2012). Inequality at work: The effect of peer salaries on job satisfaction. *American Economic Review*, 102(6), 2981-3003. <http://dx.doi.org/10.1257/aer.102.6.2981>
- Cornelissen, T., Dustmann, C., ve Schönberg, U. (2017). Peer effects in the workplace. *American Economic Review*, 107(2), 425-456. <https://doi.org/10.1257/aer.20141300>
- Delfino, A., Marengo, L. ve Ploner, M. (2016). I did It your way. An experimental investigation of peer effects in investment choices. *Journal of Economic Psychology*, 54, 113-123. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2016.03.005>

- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. ve Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Duflo, E. ve Saez, E. (2002). Participation and investment decisions in a retirement plan: The influence of colleagues' choices. *Journal of Public Economics*, 85(19), 121-148. [https://doi.org/10.1016/S0047-2727\(01\)00098-6](https://doi.org/10.1016/S0047-2727(01)00098-6)
- Feld, J. ve Zölitz, U. (2017). Understanding peer effects: On the nature, estimation and channels of peer effect. *Journal of Labor Economics*, 35(2), 387-428. <https://doi.org/10.1086/689472>
- Hong, H., Kubik, J. ve Stein, J. (2004). Social interaction and stock market participation. *The Journal of Finance*, 59(1), 137-169. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.274077>
- Laban, J. (2014). *The influence of culture on decision making under risk and uncertainty* [Doktora Tezi]. University of Exeter.
- Manski, C. F. (1993). Identification of endogenous social effects: The reflection problem. *The Review of Economic Studies*, 60(3), 531-542, <https://doi.org/10.2307/2298123>
- Parker, J. (2012). Does living near classmates help introductory economics students get better grades?. *The Journal of Economic Education*, 43 (2), 149-164. <https://doi.org/10.1080/00220485.2012.659642>
- Rohrbeck, C. A. ve Garvin, M. (2014). Peer relationships: Promoting positive peer relationships during adolescence, T. P. Gullota ve M. Bloom (Ed.), *Encyclopedia of primary prevention and health promotion* içinde (s. 1-15). Springer Science and Business Media.
- Sacerdote, B. (2001). Peer effects with random assignment: Result for dartmouth roommates. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(2), 681-704. <https://doi.org/10.1162/00335530151144131>.
- Sacerdote, B. (2011). Peer effects in education: How might they work, how big are they and how much do we know thus far? *Handbook of the Economics of Education*, 3, 249-277. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-53429-3.00004-1>
- Trogdon, J. G., Nonnemaker, J. ve Pais, J. (2008). Peer effects in adolescent overweight. *Journal of Health Economics*, 27 (5), 1388-1399. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2008.05.003>
- Van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping, *Scientometrics*, 84(2), 523-538
- Wolske, K. S., Gillingham, K. T. ve Schultz, P. W. (2020). Peer influence on household energy behaviors. *Nature Energy*, 5(3), 202-212. <http://dx.doi.org/10.1038/s41560-019-0541-9>

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

THE MEDIATING ROLE OF WORK ENGAGEMENT IN THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING*

ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK İLE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÇALIŞMAYA TUTKUNLUĞUN ARACILIK ROLÜ

Asst. Prof. Dr. Fatih GÖNÜL¹

Lecturer Mehmet Emin YAŞAR²

Lecturer Metin ATAY³

ABSTRACT

Employee well-being and happiness are critical for organizations striving for a sustainable future. Achieving this largely depends on how much support organizations give to its employees. Employees who feel appreciated by their organizations tend to approach their work with passion and enthusiasm, which significantly contributes to their psychological well-being. Based on these findings, the aim of the study is to explore the mediation function of work engagement within the relation between perceived organizational support and psychological well-being. A survey developed to achieve this aim is carried out with face-to-face participation of the employees (340) of two private hospitals in a province located in the Southeast of Turkey. The study's hypotheses are assessed utilizing structural equation modeling. According to the first model, psychological well-being is positively impacted by perceived organizational support. In the second model, psychological well-being is positively impacted by work engagement, which is positively influenced by perceived organizational support. Pursuant to the third model, the relationship between psychological well-being and perceived organizational support is partially mediated by work engagement. Based on these findings, employees who experience support from their organizations are more engaged at work, which improves their psychological well-being.

Keywords: Organizational Behavior, Perceived Organizational Support, Psychological Well-Being, Work Engagement.

JEL Classification Codes: C83, I31, L84, M12, M14.

ÖZ

Çalışanların refahı ve mutluluğu, sürdürülebilir bir gelecek hedefleyen örgütler için kritik öneme sahiptir. Bunu başarmak büyük ölçüde örgütlerin çalışanlarına sağladığı desteğe bağlıdır. Örgütlerinden takdir gören çalışanlar, yaptıkları işe tutku ve istekle yaklaşma eğilimindedir ve bu da psikolojik iyi oluşlarına katkıda bulunur. Bu önermeden hareketle, bu çalışmanın amacı algılanan örgütsel destek ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide çalışmaya tutkunluğun aracılık rolünü araştırmaktır. Bu amaca ulaşmak için geliştirilen bir anket, Güneydoğu bölgesinde yer alan bir ilde bulunan iki özel hastanenin çalışanlarının (340) yüz yüze katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın hipotezleri yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak değerlendirilmiştir. Oluşturulan ilk modele göre, psikolojik iyi oluş algılanan örgütsel destekten olumlu yönde etkilenmektedir. İkinci modelde, psikolojik iyi oluş algılanan örgütsel destek tarafından pozitif olarak etkilenirken, çalışmaya tutkunluk da psikolojik iyi oluşu pozitif olarak etkilemektedir. Üçüncü modele göre, psikolojik iyi oluş ile algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkiye çalışmaya tutkunluk kısmen aracılık etmektedir. Bu bulgulara göre, örgütlerinden destek gören çalışanlar daha fazla çalışmaya tutkunluk göstermekte ve bu da onların psikolojik iyi oluşlarını artırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Davranış, Algılanan Örgütsel Destek, Psikolojik İyi Oluş, Çalışmaya Tutkunluk.

JEL Sınıflandırma Kodları: C83, I31, L84, M12, M14.

* For this study the approval of ethical committee no E.107998 dated 12.07.2023 was taken from the Ethical Committee, Bingöl University.

¹  Hakkari University, Vocational School of Health Services, Department of Management and Organization, fatihgonul@hakkari.edu.tr

²  Bingöl University, Solhan Vocational School of Health Services, Department of Medical Services and Techniques, meyasar@bingol.edu.tr

³  Kafkas University, Atatürk Vocational School of Health Services, Department of Medical Services and Techniques, metin.atay@kafkas.edu.tr

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Amaç ve Kapsam:

Ağır iş yükü, fazla mesai, hastalar ve aileleriyle yakın ilişkiler nedeniyle hastane personeli devamlı stres altında çalışmaktadır. Personelin iyi olma hali ve çalışmaya olan tutkunluğu bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Çalışanların psikolojik olarak kendilerini iyi hissetmeleri ve görevlerini tutkuyla yerine getirebilmeleri için örgütlerinin desteği çok önemlidir. Sağlık hizmeti sunan kurumlarda çalışan personel, yaptıkları işin doğası gereği işlerine karşı güçlü bir bağlılık duygusuna sahip olmalıdır. Hastane personelinin örgütsel destek algısı, kendilerini psikolojik olarak ne kadar iyi hissettiklerini ve işlerine ne kadar tutkunluk gösterdiklerini belirlemede kritik bir faktördür. Psikolojik iyi olma halinin ve çalışmaya tutkunluğun sağlık hizmetlerinin kalitesini etkilediği açıktır (Gupta vd., 2016, s. 2807). Pozitif psikoloji alanında, örgütsel destek, psikolojik iyi oluş ve çalışmaya tutkunluk gibi güncel kavramlar gün geçtikçe daha fazla ön plana çıkmaktadır. Literatürde psikolojik iyi oluş ve örgütsel destek arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar bulunmakla birlikte (Bağdoğan, 2018; Çankaya, 2020; Çelik ve Kahraman, 2022; Ertürk vd., 2016; Çakan vd., 2023), psikolojik iyi oluş ve çalışmaya tutkunluk ile örgütsel destek değişkenlerini birlikte ele alan çok fazla çalışma bulunmamaktadır (Perwira vd., 2021; Wang, 2024). Buna ek olarak, literatürde bu üç değişkeni bir arada ele alan çok fazla araştırma da bulunmamaktadır. Ayrıca, psikolojik iyi oluş ve örgütsel destek arasındaki ilişkide çalışmaya tutkunluğun aracılık rolü üzerine herhangi bir araştırmanın yapılmadığı görülmektedir. Bu çalışma, hastane çalışanlarından toplanan verileri kullanarak örgütsel destek, psikolojik iyi oluş ve çalışma tutkunluk arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmayı ve çalışma tutkunluğunun aracılık rolünü belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu değişkenler arasındaki ilişkilerin ve çalışmaya tutkunluğun aracılık rolünün belirlenmesi sonucunda çalışanların verimliliğinde ve örgüte katkılarında artış sağlanması öngörülmektedir.

Yöntem:

Bu çalışmanın evreni, Güneydoğu bölgesinde yer alan bir ilde bulunan iki özel hastanenin çalışanlarından oluşmaktadır. Çalışmanın verilerini toplamak için yüz yüze anket yöntemi kullanılarak 17 - 28 Temmuz 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma analizinde toplam 340 anket kullanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında birçok araştırmacı tarafından güvenilirliği ve geçerliliği kabul edilmiş hazır ölçekler kullanılmıştır. Örgütsel destek algısı, Eisenberger ve arkadaşları (1986) tarafından geliştirilen ve Armstrong-Stassen & Ursel (2009) tarafından geçerliliği yapılan ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Psikolojik iyi oluşu ölçmek için Diener ve arkadaşları (2010) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Çalışmaya tutkunluk Schaufeli ve diğerleri (2002) tarafından geliştirilen ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Çalışmanın aracılık analizi Baron & Kenny (1986) tarafından geliştirilen teknik kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma hipotezleri yapısal eşitlik modellemesi yöntemi kullanılarak test edilmiştir.

Bulgular:

Yapılan analizler, hastane çalışanlarının orta düzeyde algılanan örgütsel destek, psikolojik iyi oluş ve çalışmaya tutkunluk gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Korelasyon analizi de bu değişkenler arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Çalışmanın ilk hipotezinde algılanan örgütsel desteğin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu hipotez, analiz sonuçlarına dayanarak kabul edilmiştir. Çalışmanın ikinci hipotezini araştırmak için yapılan analizler, algılanan örgütsel desteğin çalışmaya tutkunluğu olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Üçüncü hipotez olan çalışmaya tutkunluğun psikolojik iyi oluşu etkilediğine ilişkin hipotez de analizler sonucunda doğrulanmıştır. Araştırmanın son hipotezinde, algılanan örgütsel destek ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide çalışmaya tutkunluğun aracılık etkisi analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, çalışmaya tutkunluğun kısmi aracılık gösterdiğini ortaya koymuştur.

Sonuç ve Tartışma:

Çalışmanın ilk hipotezinde, algılanan örgütsel desteğin psikolojik iyi oluşu etkilediği ortaya konulmuştur. Başka bir deyişle, yöneticilerinden ve çalışma arkadaşlarından yeterli desteği alan çalışanların psikolojik iyi oluşları daha yüksektir. Bu bulgu, örgüt desteğinin psikolojik iyi oluşu artırdığını öne süren Küçük (2021) çalışmasıyla örtüşmektedir. Çalışmanın ikinci hipotezinde, algılanan örgütsel desteğin çalışmaya tutkunluğu olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bu bulgu, çalışanların çalıştıkları örgüt tarafından takdir ve teşvik edildiklerinde işlerine daha şevkle yaklaştıklarını göstermektedir. Örneğin Köse (2016), çalışmaya tutkunluk ile örgütsel destek arasında olumlu bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmaya tutkunluğun psikolojik iyi oluşu olumlu yönde etkilediğini öne süren üçüncü hipotez de desteklenmiştir. Yaptığı iş konusunda daha hevesli olan çalışanlar genellikle daha yüksek psikolojik iyi oluş yaşarlar. Meslektaşlar, yöneticiler, hastalar ve aileleriyle olumlu iletişimin yanı sıra destekleyici bir çalışma ortamı da bu sonuca önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Bu unsurlar hem psikolojik iyi oluşu hem de çalışmaya tutkunluğu güçlendirmektedir. Shimazu ve diğerleri (2012) bu iki değişken arasında önemli bir ilişki olduğunu araştırmış ve psikolojik iyi oluşun çalışmaya tutkunluk yoluyla iş yerinde verimliliği teşvik ettiğini vurgulamıştır. Son hipotezde, çalışmaya tutkunluğun algılanan örgütsel destek ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide aracılık rolü incelenmiştir. Analizler sonucunda çalışmaya tutkunluğun kısmi aracılık gösterdiği bulunmuştur. Buna göre örgütsel destek alan çalışanların işlerini tutkuyla yaptıkları ve bunun da psikolojik iyi oluşlarını artırdığını göstermektedir. Bu sonucu destekleyen çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin, Aldabbas ve arkadaşları (2023) çalışmaya tutkunluğun, yaratıcılık ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini bulmuştur.

1. INTRODUCTION

Happiness in the workplace has long been regarded as an important factor determining organizational effectiveness. Employees' happiness and overall well-being are heavily influenced by the support they get from their organizations. Employees' perceptions of the extent to which the organization appreciates employees' efforts and values their well-being are reflected in perceived organizational support (Eisenberger et al., 1986, p. 500). Supporting employees by the organization believe they can rely on their workplace for consultation and trust during challenging times tend to feel better compared to their peers. These employees have a more optimistic outlook on the organization and life in general (Bağdoğan, 2018, p. 7). Organizational support is crucial for mental health, as it reduces the risk of emotional exhaustion and depersonalization (Weigl et al., 2016, p. 1775). A sense of robust organizational backing encourages employees to engage with their organization, strive toward its goals, and exhibit positive behaviors (Eisenberger et al., 2001, p. 42). A meta-analysis indicates that support perceived by the organization improves performance, fulfillment with work, job satisfaction, and intentions to leave (Riggle et al., 2009, p. 1027).

In organizational research, psychological well-being has drawn more and more attention. It is often understood to be the ability of a person to perform psychologically (Çankır & Şahin, 2018, p. 2550). Happiness, joy, and satisfaction are examples of psychological well-being indicators that encourage employees to work harder at their jobs (Seligman, 2011, p. 60). Managers believe that improving employees' happiness and health enhances their efforts, contributions, and productivity (Fisher, 2003, p. 754). Because poor psychological health can result in sadness, decreased motivation, impaired cognitive processes, psychological withdrawal, and even job turnover, which can have both financial and human repercussions, organizations make a significant effort to assist their employees' psychological health (Nica et al., 2016). The literature generally emphasizes how workplace psychological well-being has a major impact on employee happiness, output, and organizational efficacy (Wang, 2024, p. 8–9).

In the past few years, scholars are becoming more concerned with employee engagement. Research indicates that only 13.6% of workers worldwide are completely focused on their jobs, meaning just one in eight employees approaches their job with passion and contributes positively to their organization (Musenze et al., 2021, p. 472). Engagement represents a positive attitude or mental state that drives beneficial workplace outcomes (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). From an organizational perspective, engagement positively influences customer satisfaction, organizational image, and stock value (Demerouti et al., 2010). Conversely, disengaged employees result in substantial economic losses. For instance, research in the U.S. has found that disengaged employees contribute to productivity losses ranging between \$450 billion and \$550 billion annually (Sorenson & Garman, 2013). Employees having a high degree of engagement are less prone to experience burnout compared to those having a lack of engagement (Bakker & Leiter, 2010, p. 13). Furthermore, engagement positively affects job satisfaction, performance, organizational commitment, and mental health (Al-Hamdan & Bani Issa, 2022, p. 2155).

One of the most important measures of societal development is the caliber of healthcare services, and it heavily depends on the contributions of healthcare employees. However, healthcare employees often face constant stress due to heavy workloads, overtime, and intensive interactions with patients and their families. Their engagement at work and general well-being suffer as a consequence of this stress. Organizational support is essential to healthcare employees' psychological wellness and work engagement. Given the demanding nature of healthcare roles, employees must deeply commit to their job responsibilities. Given that engagement and well-being are important factors in determining the quality of healthcare, it is important to comprehend how perceived organizational support affects healthcare professionals' engagement and well-being (Gupta et al., 2016, p. 2807).

The notions of job engagement, psychological well-being, and organizational support are becoming more and more important in positive psychology. Previous research has explored the relation between psychological well-being and organizational support (Bağdoğan, 2018; Çankaya, 2020; Çelik & Kahraman, 2022; Ertürk et al., 2016). However, not much has been discovered regarding the relation of work engagement, psychological well-being, and organizational support (e.g., Perwira et al., 2021; Wang, 2024). Furthermore, studies that investigate these three variables together remain scarce, and the mediation function of work engagement in the connection among psychological well-being and organizational support has not been the subject of any previous study.

Using data collected from healthcare employees, the goal of this study is to evaluate the relationship between psychological well-being, work engagement, and organizational support, in addition to mediating function of work engagement. Understanding these relationships as well as how work engagement facilitates them will aid in the enhancement of organizational contributions and employee productivity.

A review of the research follows an explanation of the terms psychological well-being, work engagement, and perceived organizational support. After that, it presents the results and goes into detail about the research methods. The study is then ended after a discussion of the results.

2. PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT

Perceived organizational support is a significant psychological source at workplace. It demonstrates the conviction that an organization respects the efforts made by employees and is concerned about their general welfare (Zeng et al., 2020, p. 2). This perception results from workers' perceptions of how much they believe in their work and puts their well-being first (Kurtessis et al., 2017, p. 1). Simply put, perceived organizational support encompasses employees' perceptions of the commitment of the organization to the psychological well-being of employees (Eisenberger et al., 2001, p. 42).

Creating a supportive organizational environment is vital for employers. When employees feel supported and can reach the required information, sources and tools, they are more inclined to submit creative concepts to meet the organization's objectives (Mansouri et al., 2022, p. 6). Employees whose socio-emotional needs are met through positive relationships in the workplace tend to exhibit higher job performance (Wang et al., 2020, p. 1991). Similarly, when employees see their employer as supportive and gain emotions of belonging, confidence, admiration, and acceptance, they are inclined to demonstrate a deeper commitment towards their work, achieve personal growth, preserve vitality, and exhibit enthusiasm to learn new skills (Eisenberger et al., 2001, p. 42).

According to Wang (2024, p. 3), perceived organizational support encompasses three dimensions: support from managers, support from colleagues, and fairness in organizational policies. Employees are more likely to have an upbeat view of the organization and be more satisfied with their jobs when they believe that their managers are supporting them. Colleague support cultivates cooperative relationships that improve employee engagement and the organizational climate. Finally, employee loyalty and job satisfaction are strengthened when fairness in organizational policies is perceived.

Employees that receive organizational support are typically driven to repay the favor by demonstrating positive views and behaviors toward their employer (Rhoades & Eisenberger, 2002, p. 698). Positive organizational practices enhance employees' sense of duty and commitment (Meyer et al., 1991, p. 717). Perceived organizational support positively impacts employee performance, increasing job satisfaction while reducing stress levels (Al-Hamdan & Bani Issa, 2022, p. 2155). Furthermore, it is related favorably with work engagement and psychological well-being (Caesens et al., 2016, p. 1223–1224).

3. PSYCHOLOGICAL WELL-BEING

It has long been believed that attaining happiness is humanity's fundamental and universal objective (Russell, 2015). Well-being is a multifaceted concept encompassing subjective, social, physical, psychological, and health-related behaviors (Masyhuri et al., 2021, p. 66). The lack of negative feelings, the presence of pleasant emotions, and contentment with life and work are all considered indicators of psychological well-being (Panaccio & Vandenberghe, 2009, p. 226). It represents a sense that life is proceeding well, reflecting individuals' ability to function effectively while feeling good about themselves (Huppert, 2009, p. 137). Psychological well-being goes beyond simple enjoyment and includes achieving one's full potential and aiming for perfection (Ryff, 1995, p. 100).

Different researchers have interpreted well-being through various lenses. The hedonic approach focuses on happiness, emphasizing pleasure, avoiding pain, reducing stress, and achieving life satisfaction. In contrast, the eudaimonic approach highlights the search for meaning, self-realization, and perceiving oneself as fully functional (Aggarwal-Gupta et al., 2010, p. 106). Self-acknowledgment, healthy human interconnections, self-autonomy, environmental competence, life goal, and individual development are key ingredients of psychological well-being (Ryff, 1995, p. 101).

Psychological well-being at work environments is defined as individuals showing positive traits and going through personal growth and fulfilment (Desrumaux et al., 2023, p. 935). It represents a positive individual experience marked by the capacity to communicate one's best traits, develop interpersonal connections, and engage with the organization in an efficient manner (Gilbert et al., 2011). On the other side, employees who experience decreased psychological well-being frequently experience higher levels of stress (Ryff, 1989). Positive workplace experiences associated with psychological well-being enhance job satisfaction and encourage innovative behaviors (Grant et al., 2007, p. 52–53). Organizational effectiveness can also be positively impacted by increases in employee well-being (Judge et al., 2001, p. 390). Organizations are, therefore, encouraged to actively support and maintain the well-being of their employees, as those with a positive mindset and high psychological well-being are invaluable assets (Roemer & Harris, 2018, p. 3).

4. WORK ENGAGEMENT

Academics and professionals have begun to view work engagement as a beneficial organizational notion (Musenze et al., 2021, p. 472). It describes a person's positive outlook on their work, which is demonstrated by their respect for their profession and physical, mental, and emotional commitment (Schaufeli et al., 2006, p. 702). Engagement manifests as an extended emotional state, marked by enthusiasm, focus, high energy, and eagerness (Wildermuth, 2008, p. 51). Engagement, as opposed to burnout, is a constructive and useful idea in the workplace (Maslach & Leiter, 2008, p. 498).

Schaufeli et al. (2002, p. 74) characterize work engagement behavior as an enjoyable and rewarding mood linked to work, including vigor, dedication and absorption. Being vigorous at the organization means having lots of drive and perseverance. Dedication can be understood as an intense attachment to work, characterized by inspiration, accompanied by pride and significance. Absorption means the condition of being entirely concentrated and absorbed into someone's job; one usually lose custody of time as one struggles to walk away.

Work engagement benefits both employees and organizations, as engaged employees tend to exhibit superior job performance (Demerouti et al., 2010, p. 148; Yongxing et al., 2017, p. 708). Higher engagement employees are more eager to put in more time and effort at work and show more tenacity in the face of difficulties. This is because engaged employees take pride in overcoming obstacles in their tasks (Perwira et al., 2021, p. 673).

Employee engagement can be improved when they have possibilities for self-fulfillment, participate in decision-making, function in productive work environments, find purpose in their work, and receive interpersonal support (Simon, 2011). According to research, employees in highly engaged organizations are ten times more likely to put forth their best effort and dedication than those in less engaging settings (Lockwood, 2007). Engagement improves extra-role performance, lowers stress, and increases job happiness (Caesens & Stinglhamber, 2014, p. 259). Engaged employees are more inclined to be dedicated, proactive, and flexible, and they are fewer less probable to plan to quit or be absent from work (Macey & Schneider, 2008; Shahpouri et al., 2016, p. 219).

5. LITERATURE REVIEW

5.1. Perceived Organizational Support and Psychological Well-Being

Feeling supported at organization is a significant factor that influences the sense that an employee of well-being and drive to remain in the workplace (Bağdoğan, 2018, p. 7). Employees want their contributions to company objectives to be acknowledged, valued, and acknowledged. Organizational support fulfills employees' needs for recognition, respect, and validation, fostering a positive psychological state (Keskinkılıç Kara et al., 2015, p. 385–386). Employee productivity and job performance are improved by perceived organizational support, which also promotes psychological wellbeing and emotional attachment (Kurtessis et al., 2017, p. 1). Additionally, positive organizational support perceptions promote psychological wellness, leading to improved job quality and satisfaction (Pahlevan Sharif et al., 2018, p. 887).

Based to the study, perceived organizational support is a major variable that determines psychological well-being (Çelik & Kahraman, 2022, p. 11). For instance, Çankaya (2020, p. 89) found that healthcare workers perceived moderate levels of organizational support but exhibited a high degree of psychological well-being. Similarly, Bağdoğan (2018, p. 13) and Ertürk et al. (2016, p. 1732) also showed a favorable correlation between psychological well-being and perceived organizational support. Research by Sen and Yıldırım (2023, p. 552) found

that organizational, managerial, and peer support significantly improved nurses' psychological well-being. Numerous studies confirm that organizational support and psychological well-being are favorably associated (Desrumaux et al., 2023; Mansouri et al., 2022; Ni & Wang, 2015; Panaccio & Vandenberghe, 2009; Roemer & Harris, 2018; X. Wang et al., 2020). Based on this evidence, the following hypothesis is proposed:

H1: Perceived organizational support positively affects psychological well-being.

5.2. Perceived Organizational Support and Work Engagement

It is believed that the role perceived organizational support plays in enhancing the work engagement levels is becoming increasingly better understood (Musenze et al., 2021, p. 471). Employees who sense elevated organizational support tend to be more probable to hold strong emotional and cognitive assessments of their organization and employment (Byrne & Hochwarter, 2008, p. 54). In reaction to their organizations' assets and support, employees display varying degrees of engagement in their work (Saks, 2006, p. 600). According to research, employees' enthusiasm in their work is favorably reinforced by perceived organizational support, which increases engagement (Eisenberger & Stinglhamber, 2011; Kurtessis et al., 2017).

Sulea et al. (2012, p. 188) discovered that perceived organizational support increases behaviors about organizational citizenship while decreasing unproductive employee actions, thus enhancing work engagement. Work engagement influences task performance, and this impact intensifies when organizational support is present (Yongxing et al., 2017, p. 711). Likely to become passionate, dedicated, and committed to their work (Karatepe & Aga, 2016, p. 368). It has been demonstrated that organizational support influences work engagement and its subdimensions, including vigor, dedication, and absorption (Al-Hamdan & Bani Issa, 2022, p. 2060–2061; Örüçü & Hasırcı, 2020, p. 1038–1039). Multiple studies show evidence that there is a significant and affirmative association between organizational support and work engagement (Aulia et al., 2019; Karatepe & Aga, 2016; Meriç et al., 2019; Murthy, 2017; Perwira et al., 2021; Ramdhani & Sawitri, 2017; Y. Wang, 2024). Accordingly, second hypothesis is stated as below:

H2: Perceived organizational support positively affects work engagement.

5.3. Work Engagement and Psychological Well-Being

As employees work to reach their full potential, psychological health has a significant impact on their actions and output (Ryff, 1995, p. 101). Employees' attitudes toward their job and organization are significant determinants of their psychological well-being. When employees experience strong positive emotions regarding their psychological state, their commitment to their work increases (Aiello & Tesi, 2017, p. 79). Psychological well-being serves as a motivating element that promotes work engagement and optimal mental functioning (Tesi et al., 2019, p. 130).

Research on work engagement has identified burnout, commitment to work, workaholism, and job fulfillment as a basic predictor for psychological well-being (Çankır & Şahin, 2018, p. 2551). Work engagement positively influences psychological well-being, and high engagement levels contribute to enhanced psychological states (Robertson et al., 2012, p. 229–230). Research continuously shows a favorable correlation between work engagement and psychological well-being (Brunetto et al., 2012; Çankır & Şahin, 2018; Kong, 2021; Perwira et al., 2021; Y. Wang, 2024). According to these results, following hypothesis is put forth:

H3: Work engagement positively affects psychological well-being.

5.4. The Mediating Role of Work Engagement

A review of the available literature reveals no research particularly addressing the mediating function of work engagement on the relation of organizational support and psychological well-being. However, research reveals that work engagement often mediates relationships among numerous variables (Karatepe, 2013; Lai et al., 2020; Salanova & Schaufeli, 2008; Sulea et al., 2012; Yalabik et al., 2013). According to Karatepe & Olugbade (2016, p. 2350), combining strategies like career opportunities, job security, teamwork, and staff selection techniques improves work engagement, lowers absenteeism, and promotes innovative performance and high-quality services.

Work engagement affects relationship between perceived organizational support and organizational citizenship behavior, as well as workplace interpersonal conflict and counterproductive behaviors (Sulea et al., 2012, p. 188).

Work engagement's vigor and absorption dimensions are two ways that managerial support indirectly affects emotional organizational commitment (Orgambidez & Almeida, 2020, p. 1).

Employees who feel supported by their organization are greater like to report better rates of psychological well-being and work engagement. Furthermore, studies show that engaged employees experience superior psychological well-being. As a result, work engagement is expected to mediate the connection of organizational support and psychological well-being. In other words, when work engagement increases, the direct influence of organizational support on psychological well-being may decrease, if not disappear entirely. On the basis of this line of reasoning, the hypothesis below is put forth:

H4: Work engagement mediates the association of perceived organizational support and psychological well-being.

6. METHODOLOGY

Before the study data were collected, an ethics committee approval was obtained from Bingöl University Ethics Committee dated 12.07.2023 and numbered E.107998. The sample of the study consists of 512 people working in two private hospitals in a province located in the southeast of Turkey. In the province where the study was conducted, there are three private hospitals in total. Since two of these hospitals are located in the same district, the data were collected from these two hospitals, taking into account issues such as time and cost. The data for the study were gathered between July 17 and July 28, 2023 through a face-to-face survey using convenience sampling method. Out of 400 distributed surveys, 361 were returned, and 21 were excluded from the analysis due to carelessness, errors, or substantial omissions in responses. Consequently, the analyses were conducted on the remaining 340 valid surveys.

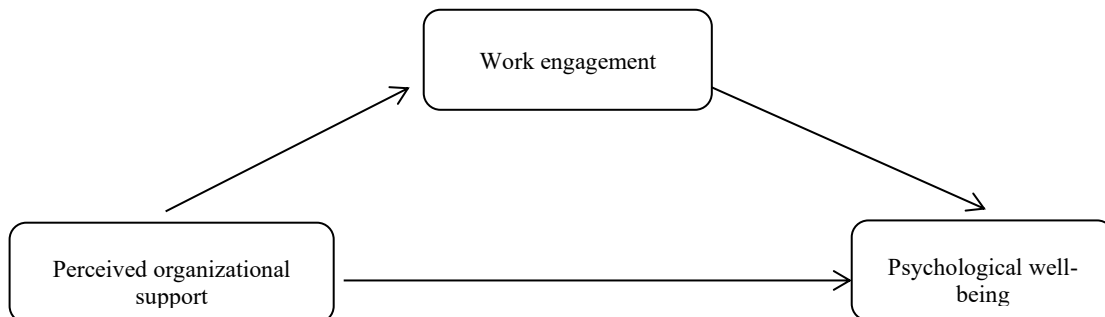
To collect data, pre-validated and reliable scales developed by previous researchers were utilized. Employees perceived levels of organizational support were assessed using a scale created by Eisenberger et al. (1986) and subsequently verified by Armstrong-Stassen and Ursel (2009). The Turkish adaptation of this scale, validated by Turunç and Avcı (2015), consists of 10 items, with a reliability coefficient of 0.88 reported in their study.

Psychological well-being was assessed utilizing single-dimensional, 8-item scale created by Diener et al. (2010), whose Turkish validation and reliability were established by Telef (2013). In that study, the reliability of the scale has been determined at 0.86.

To measure work engagement, the scale created by Schaufeli et al. (2002) was employed, consisting of 17 items across three dimensions: vigor, dedication, and absorption. Its Turkish adaptation and validation were conducted by Turgut (2011), who reported a reliability coefficient of 0.89.

Figure 1 illustrates the research model utilized to meet the study's objectives.

Figure 1. Research model



The suggested model uses psychological well-being for the dependent variable, work engagement for the mediator variable, and perceived organizational support for the independent variable to evaluate the research hypotheses.

The study applied Baron and Kenny's (1986) mediation evaluation approach, that is frequently employed in mediation analysis. According to this approach, three assumptions must be met to confirm a mediating effect:

The dependent variable (psychological well-being) must be substantially impacted by the independent variable (perceived organizational support).

The dependent variable (psychological well-being) must be strongly impacted by the mediating variable (work engagement), which must be significantly impacted by the independent variable (perceived organizational support).

The strong impact of the independent variable (perceived organizational support) on the dependent variable (psychological well-being) should either diminish or cease to exist when the mediating variable (work engagement) is incorporated into the model.

Using Lisrel 8.7 software, modeling of structural equations was applied to look into the mediator's influence.

7. FINDINGS

7.1. Findings Related to Demographic Characteristics

Table 1 displays the demographic characteristics of the hospital employees.

Table 1. Demographic Characteristics of Employees

Variables	Categories	N	%
Gender	Female	132	38.8
	Male	208	61.2
Age	10-19 years	76	22.4
	20-29 years	104	30.6
	30-39 years	83	24.4
	40-49 years	44	12.9
	50-59 years	14	4.1
	60 and above	19	5.6
Marital Status	Married	131	38.5
	Single	209	61.5
Education	Primary school	11	3.2
	Secondary school	32	9.4
	High school	52	15.3
	Associate degree	43	12.6
	Bachelor's degree	122	35.9
	Master's degree	53	15.6
	Other	27	7.9
Position	Physician	42	12.4
	Nurse	56	16.5
	Midwife	31	9.1
	Dietician	33	9.7
	Physiotherapist	15	4.4
	Health officer	33	9.7
	Officer	45	13.2
	Laboratory technician	15	4.4
	Technician	16	4.7
	Support services (security, cleaning, etc.)	54	15.9
Total		340	100

According to the data presented in Table 1, 61.2% of the employees are male, while 38.8% are female. In terms of age distribution, 30.6% of the employees are in the 20-29 age group, 24.4% fall within the 30-39 age group, and 22.4% are in the 18-20 age group. Considering marriage status, 38.5% of employees are married, whereas 61.5% are unmarried. In terms of educational background, 35.9% of employees hold a bachelor's degree, followed by 15.6% with postgraduate degrees and 15.3% who are high school graduates. Based on job roles within the hospital, 16.5% of the employees work as nurses, 15.9% in support services, and 12.4% as physicians.

7.2. Descriptive Statistics of the Scales

Table 2 shows the description of the scales used in the study, such as the mean, standard deviation, Cronbach's alpha values, skewness and kurtosis coefficients, and the findings of the correlation analysis.

Table 2. Scales' Descriptive Statistics

Scales	N	$\bar{x}$	ss	C.Alpha	Kurtosis	Skewness	1	2	3
1. Perceived Organizational Support	340	3,13	0,81	0.796	-0,409	-0,359	1	0.663**	0.582**
2. Psychological Well-being	340	3,28	0,79	0.786	-0,188	-0,819		1	0.695**
3. Work Engagement	340	3,38	0,74	0.881	-0,296	-0,598			1

**p<0.01

As shown in Table 2, hospital employees have comparatively close and moderate level psychological well-being, work engagement and perceived organizational support. Cronbach's Alpha scores, which test scales' reliability, show that they are sufficiently reliable (Field, 2013). The scales can be assumed to have a normal distribution as the skewness and kurtosis coefficients are within +1 and -1 (Hair et al., 2010). Correlation analysis showed a positive association of 0.663 between organizational support and psychological well-being, 0.582 between organizational support and work engagement, and 0.695 between psychological well-being and work engagement. These findings suggest that employees' psychological well-being and levels of work engagement increase in tandem with their perceptions of organizational support. Additionally, higher levels of work engagement are linked to improvements in psychological well-being.

7.3. Hypothesis Testing

The mediation investigation was conducted using the approach recommended by Baron and Kenny (1986). According to the first mediation assumption, there should be a meaningful relation between the independent variable (perceived organizational support, or POS) and the dependent variable (psychological well-being, or PWB).

The model developed for this relationship, Model 1, is illustrated in Figure 2.

Figure 2. Model 1

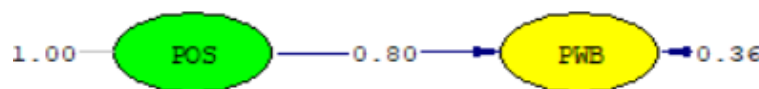


Table 3 displays Model 1's goodness-of-fit criteria as determined by the software.

Table 3. Goodness-of-Fit Criteria for Model 1

Compliance Criteria	χ^2/df	RMSEA	SRMR	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI
Values for Model 1	2.63	0.069	0.056	0.920	0.940	0.950	0.900	0.870

The values in Table 3 indicate that Model 1 demonstrates acceptable fit ($\chi^2/df = 2.63$, RMSEA = 0.069, SRMR = 0.056, NFI = 0.920, NNFI = 0.940, CFI = 0.950, GFI = 0.900, AGFI = 0.870) (Abedi et al., 2015; Forza & Filippini, 1998; Schermelleh-Engel et al., 2003). Table 4 displays the hypothesis test results for a connection of organizational support and psychological well-being (H_1).

Table 4. Hypothesis Results

Hypothesis	Ways	Standardized Parameter Estimates	t value	Conclusion
H ₁	(POS)→(PWB)	0.80	9.36**	Supported

**p<0.01

Table 4 shows that psychological well-being is considerably affected by perceived organizational support, having a positive effect of 0.80. Thus, H₁ is supported. With the first assumption of the mediation analysis met, the second stage was conducted. This involved adding the mediator variable (work engagement, WE) to the analysis and examining the significant effects of the independent variable (perceived organizational support) on the mediator variable (work engagement) and of the mediator variable on the dependent variable (psychological well-being).

Model 2, developed for this purpose, is shown in Figure 3.

Figure 3. Model 2

The program-calculated goodness-of-fit criteria for Model 2 are presented in Table 5.

Table 5. Goodness-of-Fit Criteria for Model 2

Compliance Criteria	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI
Values for Model 2	1.96	0.053	0.057	0.930	0.960	0.960	0.850	0.820

Table 5 demonstrates that Model 2 also exhibits acceptable fit ($\chi^2/df = 1.96$, RMSEA = 0.053, SRMR = 0.057, NFI = 0.930, NNFI = 0.960, CFI = 0.960, GFI = 0.850, AGFI = 0.820). To improve the fit indices, modifications were made between certain items on the work engagement scale (e.g., WE9-WE8, WE2-WE1). Table 6 summarizes the findings of hypothesis tests for relationships among organizational support, work engagement, and psychological well-being in Model 2.

Table 6. Hypothesis Results

Hypothesis	Ways	Standardized Parameter Estimates	t value	Conclusion
H ₂	(POS)→(WE)	0.72	8.85 **	Supported
H ₃	(WE)→(PWB)	0.88	7.80**	Supported

**p<0.01

Table 6 demonstrates that perceived organizational support positively impacts work engagement (0.72), supporting H₂. Additionally, work engagement positively impacts psychological well-being (0.88), supporting H₃. These results confirm the second assumption required for mediation analysis.

The simultaneous impacts of work engagement and perceived organizational support on psychological well-being were investigated in the last phase of the mediation analysis. Figure 4 displays Model 3, which was developed specifically for this investigation.

Figure 4. Model 3



Table 7 displays Model 3's goodness-of-fit criteria as determined by the software.

Table 7. Goodness-of-Fit Criteria for Model 3

Compliance Criteria	χ^2/sd	RMSEA	SRMR	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI
Values for Model 3	1,90	0,052	0,052	0,930	0,960	0,960	0,850	0,830

Table 7 indicates that Model 3 achieves adequate fit ($\chi^2/df = 1.90$, RMSEA = 0.052, SRMR = 0.052, NFI = 0.930, NNFI = 0.960, CFI = 0.960, GFI = 0.850, AGFI = 0.830). Table 8 displays the findings of the mediation hypothesis (H_4) test on the role of work engagement to the relationship between perceived organizational support and psychological well-being. The mediation hypothesis (H_4) testing results for the role of work engagement in the relationship between perceived organizational support and psychological well-being are presented in Table 8.

Table 8. Mediation Hypothesis Results

Hypothesis	Ways	Standardized Parameter Estimates	t value	Conclusion
H_4	(POS)→(WE)→(PWB)	0.43	5.84* *	Supported

** $p < 0.05$

As shown in Table 8, the standardized coefficient ($\beta = 0.43$) for the perceived organizational support-psychological well-being (POS-PWB) path in Model 3 is lower than the coefficient ($\beta = 0.80$) calculated in Model 1, although it remains significant. This suggests that the relationship between perceived organizational support and psychological well-being is partially mediated by work engagement. H_4 is therefore supported.

8. DISCUSSION AND CONCLUSION

The main focus of this study aims to find out how work engagement impacts the connection of perceived support from the organization and psychological well-being. The analysis reveals that hospital employees exhibit moderate levels of perceived organizational support, psychological well-being, and work engagement. Furthermore, correlation analysis indicates a significant positive relationship among these variables.

The study's first hypothesis focuses at how psychological well-being is affected by perceived organizational support. This idea is validated by structural equation modeling. To put it another way, employees who get enough support from their managers and fellow employees have better psychological well being. This finding aligns with Küçük (2021), who posits that support from an organization enhances workplace happiness. Similarly, Pahlevan Sharif et al. (2018) highlight a positive link between nurses' perception of organizational support and variables like care quality, job fulfillment, and psychological well-being. Creating a healthy work environment, enhancing the balance between work and personal life, reducing strain, increasing satisfaction with work, and developing an atmosphere of belonging, organizational support is also critical in promoting psychological well-being, according to other studies. Organizations prioritizing their employees' psychological well-being are likely to achieve higher productivity, efficiency, and overall organizational performance.

Tests of the second hypothesis indicate that work engagement is positively influenced by perceived organizational support, highlighting its importance as a key factor in engagement. This finding suggests that employees approach their jobs with more enthusiasm when they are acknowledged and encouraged by the organization for which they work. The study has supporting data; Köse (2016), for example, discovered a favorable correlation between work engagement and organizational support. Other studies (e.g., Musenze et al., 2021; Erkal, 2021) show that improved organizational support enhances engagement levels, with employees perceiving organizational value and support feeling more motivated and committed to their work.

The third hypothesis, proposing that work engagement positively affects psychological well-being, is also supported. Employees that are enthusiastic about what they do typically experience higher psychological well-being. Positive communication with colleagues, managers, patients, and families, as well as a supportive work environment, significantly contribute to this outcome. These elements reinforce both psychological well-being and work engagement. Shimazu et al. (2012) explored an important correlation between these two characteristics, and they also emphasized that psychological well-being promotes productivity at work through engagement.

The final hypothesis examines the mediating role of work engagement in the relationship between perceived organizational support and psychological well-being. The findings show that employees whom receive organizational support feel more engaged at work, which enhances their psychological well-being. This suggests that there is a partial mediation effect. Several studies reinforce this conclusion. For example, Aldabbas et al. (2023) discovered that work engagement mediates the relation of employee creativity and perceived organizational support. Tisu et al. (2020) found that work engagement mediates the relationship of personality traits, performance at work, and mental health. Other studies emphasize how work engagement mediates a range of organizational dynamics, including job performance and transformative leadership (Lai et al., 2020).

In practice, organizational policies promoting training, empowerment, and rewards could enhance employees' perception of support. By adopting open communication, fostering a participative culture, and providing development opportunities, organizations may bolster employees' organizational support perceptions. In the health sector, managers should appreciate employees' efforts, distribute workload fairly, provide professional development opportunities, balance work and life, and create a healthy and safe working environment in order to increase employees' perceptions of organizational support. The following psychological well-being and level of work engagement may improve as a result. Lastly, instead of the work engagement, the mediating effect of which is addressed in the study, current topics such as quiet quitting and employee voice can be investigated.

The study's focus on only two private hospitals limits the applicability of results across all hospital types. Organizational support, psychological well-being and work engagement levels among the employees at public and private hospitals could be compared in future studies. Additionally, examining specific occupational groups, such as physicians or nurses, may yield more targeted insights.

DECLARATION OF THE AUTHORS

Declaration of Contribution Rate: The authors have equal contributions.

Declaration of Support and Thanksgiving: No support is taken from any institution or organization.

Declaration of Conflict: There is no potential conflict of interest in the study.

REFERENCES

- Abedi, G., Rostami, F., & Nadi, A. (2015). Analyzing the dimensions of the quality of life in hepatitis B patients using confirmatory factor analysis. *Global journal of health science*, 7(7), 22-31. <https://doi.org/10.5539%2Fgjhs.v7n7p22>
- Aggarwal-Gupta, M., Vohra, N., & Bhatnagar, D. (2010). Perceived organizational support and organizational commitment: The mediational influence of psychological well-being. *Journal of Business & Management*, 16(2), 105-124.

- Aiello, A., & Tesi, A. (2017). Psychological well-being and work engagement among Italian social workers: Examining the mediational role of job resources. *Social Work Research*, 41(2), 73-84. <https://doi.org/10.1093/swr/svx005>
- Aldabbas, H., Pinnington, A., & Lahrech, A. (2023). The influence of perceived organizational support on employee creativity: The mediating role of work engagement. *Current Psychology*, 42(8), 6501-6515. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01992-1>
- Al-Hamdan, Z., & Bani Issa, H. (2022). The role of organizational support and self-efficacy on work engagement among registered nurses in Jordan: A descriptive study. *Journal of Nursing Management*, 30(7), 2154-2164. <https://doi.org/10.1111/jonm.13456>
- Armstrong-Stassen, M., & Ursel, N. D. (2009). Perceived organizational support, career satisfaction, and the retention of older workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82(1), 201-220. <https://doi.org/10.1348/096317908X288838>
- Aulia, A., Sutanto, A., & Hidayat, A. C. (2019). Determinants of work engagement for TNI-AD (Indonesian Armed Forces-Army) personnel [Determinan keterikatan kerja personel Tentara Nasional Indonesia-Angkatan Darat (TNI-AD)]. *ANIMA Indonesian Psychological Journal*, 35(1), 35-55. <https://doi.org/10.24123/aipj.v35i1.2881>
- Bağdoğan, S. Y. (2018). Algılanan örgütsel destek, psikolojik iyi oluş ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi. *İş, Güç: Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 20(3), 5-20. <https://doi.org/10.4026/iscguc.466669>
- Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (2010). Work engagement: A handbook of essential theory and research. *Psychology press*.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173-1182. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Brunetto, Y., Teo, S. T. T., Shacklock, K., & Farr-Wharton, R. (2012). Emotional intelligence, job satisfaction, well-being and engagement: Explaining organisational commitment and turnover intentions in policing. *Human Resource Management Journal*, 22(4), 428-441. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2012.00198.x>
- Byrne, Z. S., & Hochwarter, W. A. (2008). Perceived organizational support and performance: Relationships across levels of organizational cynicism. *Journal of Managerial Psychology*, 23(1), 54-72. <https://doi.org/10.1108/02683940810849666>
- Caesens, G., & Stinglhamber, F. (2014). The relationship between perceived organizational support and work engagement: The role of self-efficacy and its outcomes. *European Review of Applied Psychology*, 64(5), 259-267. <https://doi.org/10.1016/j.erap.2014.08.002>
- Caesens, G., Stinglhamber, F., & Ohana, M. (2016). Perceived organizational support and well-being: A weekly study. *Journal of Managerial Psychology*, 31(7), 1214-1230. <https://doi.org/10.1108/JMP-01-2016-0002>
- Çakan, M., Bükün, M. F., Barmanpek, U., Irmak, E., vd. (2024). Aracıların sorumluluk ve yetkinlik özellikleri ile yaşam doyumu, işe bağlılıkları ve iş performansları arasındaki ilişkisi. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(29), 46-62. <https://doi.org/10.47129/bartiniibf.1450970>
- Çankaya, M. (2020). Sağlık çalışanlarında algılanan örgütsel destek ve psikolojik iyi oluşun işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(8), 79-98.

- Çankır, B., & Şahin, S. (2018). Psychological well-being and job performance: The mediating role of work engagement. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 2549-2560. <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.487244>
- Çelik, O. T., & Kahraman, Ü. (2022). Öğretmenlerin örgütsel destek algıları ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişki. *Artuklu İnsan ve Toplum Bilim Dergisi*, 7(1), 1-17. <https://doi.org/10.46628/itbhssj.1134102>
- Demerouti, E., Cropanzano, R., Bakker, A., & Leiter, M. (2010). From thought to action: Employee work engagement and job performance. *Work engagement: A handbook of essential theory and research*, 65(1), 147-163.
- Desrumaux, P., Princia Moughogha, I., N'dong Nguema, W., & Bouterfas, N. (2023). Impact of organizational justice, support, resilience, and need satisfaction on french social workers' psychological well-being. *Journal of Evidence-Based Social Work*, 20(6), 934-953. <https://doi.org/10.1080/26408066.2023.2232766>
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social indicators research*, 97, 143-156. <https://doi.org/10.1007/s11205-009-9493-y>
- Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D., & Rhoades, L. (2001). Reciprocation of perceived organizational support. *Journal of applied psychology*, 86(1), 42-51. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.86.1.42>
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied psychology*, 71(3), 500-507. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.71.3.500>
- Eisenberger, R., & Stinglhamber, F. (2011). Perceived organizational support: Fostering enthusiastic and productive employees. *American Psychological Association*. <https://psycnet.apa.org/record/2010-19901-000>
- Erkal, P. (2021). Örgütsel destek algısının işe tutkunluk üzerindeki etkisi: Cinsiyetin düzenleyici rolü. *Journal of Management and Economics Research*, 19(1), 37-56. <https://doi.org/10.11611/yead.607753>
- Ertürk, A., Kara, S. B. K., & Güneş, D. Z. (2016). Duygusal emek ve psikolojik iyi oluş: Bir yordayıcı olarak yönetsel destek algısı. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(4), 1723-1744.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage.
- Fisher, C. D. (2003). Why do lay people believe that satisfaction and performance are correlated? Possible sources of a commonsense theory. *Journal of Organizational Behavior*, 24(6), 753-777. <https://doi.org/10.1002/job.219>
- Forza, C., & Filippini, R. (1998). TQM impact on quality conformance and customer satisfaction: A causal model. *International journal of production economics*, 55(1), 1-20. [https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(98\)00007-3](https://doi.org/10.1016/S0925-5273(98)00007-3)
- Gilbert, M.-H., Dagenais-Desmarais, V., & Savoie, A. (2011). Validation d'une mesure de santé psychologique au travail. *European Review of Applied Psychology*, 61(4), 195-203. <https://doi.org/10.1016/j.erap.2011.09.001>
- Grant, A. M., Christianson, M. K., & Price, R. H. (2007). Happiness, health, or relationships? Managerial practices and employee well-being tradeoffs. *Academy of Management Perspectives*, 21(3), 51-63. <https://doi.org/10.5465/amp.2007.26421238>

- Gupta, V., Agarwal, U. A., & Khatri, N. (2016). The relationships between perceived organizational support, affective commitment, psychological contract breach, organizational citizenship behaviour and work engagement. *Journal of Advanced Nursing*, 72(11), 2806-2817. <https://doi.org/10.1111/jan.13043>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (Vol. 7). Upper Saddle River, Pearson.
- Huppert, F. A. (2009). Psychological well-being: Evidence regarding its causes and consequences. *Applied psychology: health and well-being*, 1(2), 137-164. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2009.01008.x>
- Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E., & Patton, G. K. (2001). The job satisfaction–job performance relationship: A qualitative and quantitative review. *Psychological bulletin*, 127(3), 376-407. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.127.3.376>
- Karatepe, O. M. (2013). Perceptions of organizational politics and hotel employee outcomes: The mediating role of work engagement. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), 82-104. <https://doi.org/10.1108/09596111311290237>
- Karatepe, O. M., & Aga, M. (2016). The effects of organization mission fulfillment and perceived organizational support on job performance: The mediating role of work engagement. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 368-387. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2014-0171>
- Karatepe, O. M., & Olugbade, O. A. (2016). The mediating role of work engagement in the relationship between high-performance work practices and job outcomes of employees in Nigeria. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(10), 2350-2371. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2015-0145>
- Keskinkılıç Kara, S. B., Zafer Güneş, D., & Nazar Aydoğan, N. (2015). Perceived organizational support and organizational trust in primary schools. *International Journal of Human Sciences*, 385-393. <https://doi.org/doi:10.14687/ijhs.v12i2.3326>
- Kong, X. (2021). Chinese English as a foreign language teachers' self-efficacy and psychological well-being as predictors of their work engagement. *Frontiers in Psychology*, 12, 788756. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.788756>
- Köse, A. (2016). The relationship between work engagement behavior and perceived organizational support and organizational climate. *Journal of Education and Practice*, 7(27), 42-52.
- Kurtessis, J. N., Eisenberger, R., Ford, M. T., Buffardi, L. C., Stewart, K. A., & Adis, C. S. (2017). Perceived organizational support: A meta-analytic evaluation of organizational support theory. *Journal of Management*, 43(6), 1854-1884. <https://doi.org/10.1177/0149206315575554>
- Küçük, B. A. (2021). KOVID-19 Küresel Salgın döneminde örgütsel destek algısının iş yerinde mutluluk üzerindeki etkisi: Psikolojik güçlendirmenin aracı rolü. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 1348-1372. <https://doi.org/10.15869/itobiad.839315>
- Lai, F.-Y., Tang, H.-C., Lu, S.-C., Lee, Y.-C., & Lin, C.-C. (2020). Transformational leadership and job performance: The mediating role of work engagement. *SAGE Open*, 10(1), 215824401989908. <https://doi.org/10.1177/2158244019899085>
- Lockwood, N. R. (2007). Leveraging employee engagement for competitive advantage: HR's strategic role. *HR magazine*, 52(3), 1-11.

- Lupsa, D., Baci, L., & Virga, D. (2020). Psychological capital, organizational justice and health: The mediating role of work engagement. *Personnel Review*, 49(1), 87-103. <https://doi.org/10.1108/PR-08-2018-0292>
- Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and organizational Psychology*, 1(1), 3-30. <https://doi.org/10.1111/j.1754-9434.2007.0002.x>
- Mansouri, H., Pyun, D. Y., Md Husin, M., Gholami Torkesaluye, S., & Rouzfarakh, A. (2022). The influences of authentic leadership, meaningful work, and perceived organizational support on psychological well-being of employees in sport organizations. *Journal of Global Sport Management*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/24704067.2022.2155981>
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (2008). Early predictors of job burnout and engagement. *Journal of applied psychology*, 93(3), 498-512. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.93.3.498>
- Masyhuri, M., Pardiman, P., & Siswanto, S. (2021). The effect of workplace spirituality, perceived organizational support, and innovative work behavior: The mediating role of psychological well-being. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 24(1), 63-77. <https://doi.org/10.14414/jebav.v24i1.2477>
- Meriç, E., Çiftçi, D. Ö., & Yurtal, F. (2019). Algılanan örgütsel destek ve işe adanmışlık arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(1), 65-74. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.2296>
- Meyer, J. P., Bobocel, D. R., & Allen, N. J. (1991). Development of organizational commitment during the first year of employment: A longitudinal study of pre- and post-entry influences. *Journal of Management*, 17(4), 717-733. <https://doi.org/10.1177/014920639101700406>
- Murthy, R. K. (2017). Perceived organizational support and work engagement. *Meta*, 19, 72-74.
- Musenze, I. A., Mayende, T. S., Wampande, A. J., Kasango, J., & Emojong, O. R. (2021). Mechanism between perceived organizational support and work engagement: Explanatory role of self-efficacy. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(4), 471-495. <https://doi.org/10.1108/JEAS-02-2020-0016>
- Ni, C., & Wang, Y. (2015). The impact of perceived organizational support and core self-evaluation on employee's psychological well-being. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 3(02), 73-81. <http://dx.doi.org/10.4236/jhrss.2015.32011>
- Nica, E., Manole, C., & Briscariu, R. (2016). The detrimental consequences of perceived job insecurity on health and psychological well-being. *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 4(1), 175-181. <https://doi.org/10.22381/PIHRM4120169>
- Orgambidez, A., & Almeida, H. (2020). Supervisor support and affective organizational commitment: The mediator role of work engagement. *Western Journal of Nursing Research*, 42(3), 187-193. <https://doi.org/10.1177/0193945919852426>
- Örücü, E., & Hasırcı, I. (2020). Örgütsel destek algısı ve işe tutkunluk ilişkisi: Bankacılık sektörü ile ilgili bir araştırma örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 76(4), 1023-1044. <https://doi.org/10.33630/ausbf.842760>
- Pahlevan Sharif, S., Ahadzadeh, A. S., & Sharif Nia, H. (2018). Mediating role of psychological well-being in the relationship between organizational support and nurses' outcomes: A cross-sectional study. *Journal of advanced nursing*, 74(4), 887-899. <https://doi.org/10.1111/jan.13501>
- Panaccio, A., & Vandenberghe, C. (2009). Perceived organizational support, organizational commitment and psychological well-being: A longitudinal study. *Journal of vocational behavior*, 75(2), 224-236. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2009.06.002>

- Perwira, L. T., Aulia, A., & Jocom, C. O. (2021). Are love of work, perceived organizational support, and psychological well-being predictors of work engagement? *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 10(4), 673-685. <https://doi.org/10.12928/jehcp.v10i4.20789>
- Ramdhani, G. F., & Sawitri, D. R. (2017). Hubungan antara dukungan organisasi dengan keterikatan kerja pada karyawan PT. X di Bogor. *Journal Empati*, 6(1), 199-205. <https://doi.org/10.14710/empati.2017.15211>
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of applied psychology*, 87(4), 698-714. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.87.4.698>
- Riggle, R. J., Edmondson, D. R., & Hansen, J. D. (2009). A meta-analysis of the relationship between perceived organizational support and job outcomes: 20 years of research. *Journal of business research*, 62(10), 1027-1030. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.05.003>
- Robertson, I. T., Birch, A. J., & Cooper, C. L. (2012). Job and work attitudes, engagement and employee performance: Where does psychological well-being fit in? *Leadership & Organization Development Journal*, 33(3), 224-232. <https://doi.org/10.1108/01437731211216443>
- Roemer, A., & Harris, C. (2018). Perceived organisational support and well-being: The role of psychological capital as a mediator. *SA Journal of Industrial Psychology*, 44. <https://doi.org/10.4102/sajip.v44i0.1539>
- Russell, B. (2015). *The conquest of happiness*. Routledge.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 57(6), 1069-1081. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Ryff, C. D. (1995). Psychological well-being in adult life. *Current Directions in Psychological Science*, 4(4), 99-104. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10772395>
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of managerial psychology*, 21(7), 600-619. <https://doi.org/10.1108/02683940610690169>
- Salanova, M., & Schaufeli, W. B. (2008). A cross-national study of work engagement as a mediator between job resources and proactive behaviour. *The international journal of human resource management*, 19(1), 116-131. <https://doi.org/10.1080/09585190701763982>
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716. <https://doi.org/10.1177/0013164405282471>
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3, 71-92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23-74.
- Seligman, M. E. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Simon and Schuster.

- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. (C. 55). *American Psychological Association*. <https://psycnet.apa.org/journals/amp/55/1/5/>
- Sen, H. T., & Yıldırım, A. (2023). The relationship between nurses' perceived organizational, supervisor and co-worker support, psychological well-being and job performance. *73(3)*, 552-557. <https://doi.org/10.47391/JPM.A.6594>
- Shahpouri, S., Namdari, K., & Abedi, A. (2016). Mediating role of work engagement in the relationship between job resources and personal resources with turnover intention among female nurses. *Applied Nursing Research*, *30*, 216-221. <https://doi.org/10.1016/j.apnr.2015.10.008>
- Shimazu, A., Schaufeli, W. B., Kubota, K., & Kawakami, N. (2012). Do workaholism and work engagement predict employee well-being and performance in opposite directions? *Industrial health*, *50(4)*, 316-321. <https://doi.org/10.2486/indhealth.MS1355>
- Simon, S. S. (2011). The essentials of employee engagement in organizations. *Journal of Contemporary Research in Management*, *6(1)*, 63-72.
- Sorenson, S., & Garman, K. (2013). Sorenson: How to tackle US employees' stagnating... <http://news.gallup.com/businessjournal/162953/tackle-employees-stagnating-engagement.aspx>
- Sulea, C., Virga, D., Maricutoiu, L. P., Schaufeli, W., Zaborila Dumitru, C., & Sava, F. A. (2012). Work engagement as mediator between job characteristics and positive and negative extra-role behaviors. *Career Development International*, *17(3)*, 188-207. <https://doi.org/10.1108/13620431211241054>
- Telef, B. B. (2013). Psikolojik iyi oluş ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *28(28-3)*, 374-384.
- Tesi, A., Aiello, A., & Giannetti, E. (2019). The work-related well-being of social workers: Framing job demands, psychological well-being, and work engagement. *Journal of Social Work*, *19(1)*, 121-141. <https://doi.org/10.1177/1468017318757397>
- Tisu, L., Lupşa, D., Virgă, D., & Rusu, A. (2020). Personality characteristics, job performance and mental health: The mediating role of work engagement. *Personality and Individual Differences*, *153*, 109644. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109644>
- Turgut, T. (2011). Çalışmaya tutkunluk: İş yükü, esnek çalışma saatleri, yönetici desteği ve iş-aile çatışması ile ilişkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *25(3-4)*, 155-179.
- Turunç, Ö., & Avcı, U. (2015). Algılanan örgütsel destek ve lider-üye etkileşiminin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: İş stresinin aracılık rolü. *Journal of Travel & Hospitality Management*, *12(1)*, 43-63.
- Wang, X., Guchait, P., & Paşamehmetoğlu, A. (2020). Why should errors be tolerated? Perceived organizational support, organization-based self-esteem and psychological well-being. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *32(5)*, 1987-2006. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2019-0869>
- Wang, Y. (2024). Exploring the impact of workload, organizational support, and work engagement on teachers' psychological wellbeing: A structural equation modeling approach. *Frontiers in Psychology*, *14*, 1345740. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1345740>
- Weigl, M., Stab, N., Herms, I., Angerer, P., Hacker, W., & Glaser, J. (2016). The associations of supervisor support and work overload with burnout and depression: A cross-sectional study in two nursing settings. *Journal of Advanced Nursing*, *72(8)*, 1774-1788. <https://doi.org/10.1111/jan.12948>

- Wildermuth, M. (2008). 10 Ms of employee engagement. *Training and Development*, 62(1), 50-53.
- Yalabik, Z. Y., Popaitoon, P., Chowne, J. A., & Rayton, B. A. (2013). Work engagement as a mediator between employee attitudes and outcomes. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(14), 2799-2823. <https://doi.org/10.1080/09585192.2013.763844>
- Yongxing, G., Hongfei, D., Baoguo, X., & Lei, M. (2017). Work engagement and job performance: The moderating role of perceived organizational support. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 33(3), 708-713. <https://doi.org/10.6018/analesps.33.3.238571>
- Zeng, X., Zhang, X., Chen, M., Liu, J., & Wu, C. (2020). The influence of perceived organizational support on police job burnout: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 11, 522378. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00948>

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

THE IMPACT OF TAX POLICIES ON THE DEMAND FOR ELECTRIC AND HYBRID VEHICLES IN TÜRKİYE

TÜRKİYE'DE ELEKTRİKLİ VE HİBRİT ARAÇ TALEBİNDE VERGİ POLİTİKALARININ ETKİSİ

Asst. Prof. Dr. İclal DAĞLIOĞLU ŞANLI¹

ABSTRACT

The study is conducted to show the sample country applications regarding the demand for electric vehicles (EVs) and hybrid vehicles (HEVs) and the guiding role of tax policies for these instruments on the basis of tax legislation in Türkiye. In this context, the research evaluates regulatory frameworks and their impact on incentivizing the adoption of alternative fuel vehicles. The methodology employs a combination of qualitative analysis and benchmarking to assess the influence of tax policies on the demand for EVs and HEVs. Based on an examination of Türkiye's current legislation and data on existing vehicles, the study identifies a need for adjustments in the Value Added Tax (VAT), Motor Vehicles Tax (MVT), and Special Consumption Tax (SCT) frameworks, particularly within the scope of limiting climate change. Given the identified shortcomings in Türkiye's existing tax policies for promoting alternative fuel vehicles, the study aims to provide insights and recommendations to guide future research and policy development in this area.

Keywords: Climate Change, Tax Incentives, Tax Policy, Public Finance.

JEL Classification Codes: H2, H23, Q54, K32.

ÖZ

Bu çalışma, Türkiye'deki vergi mevzuatı temelinde elektrikli araç (EA) ve hibrit araç (HA) talebine ilişkin örnek ülke uygulamalarını ve bu araçlara yönelik vergi politikalarının yönlendirici rolünü ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda araştırma, düzenleyici çerçeveleri ve bunların alternatif yakıtlı araçların benimsenmesini teşvik etme üzerindeki etkisini değerlendirmektedir. Metodoloji, vergi politikalarının elektrikli ve hafif ticari araçlara yönelik talep üzerindeki etkisini değerlendirmek için nitel analiz ve kıyaslama yöntemlerini bir arada kullanmaktadır. Türkiye'nin mevcut mevzuatının ve mevcut araçlara ilişkin verilerin incelenmesine dayanan çalışma, özellikle iklim değişikliğinin sınırlandırılması kapsamında Katma Değer Vergisi (KDV), Motorlu Taşıtlar Vergisi (MTV) ve Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) çerçevelerinde düzenleme yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Türkiye'nin alternatif yakıtlı araçların teşvikine yönelik mevcut vergi politikalarında tespit edilen eksiklikler göz önüne alındığında, bu çalışma, bu alanda gelecekteki araştırma ve politika geliştirmeye rehberlik edecek içgörü ve öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İklim Değişikliği, Vergi Teşvikleri, Vergi Politikası, Kamu Maliyesi.

JEL Sınıflandırma Kodları: H2, H23, Q54, K32.

¹  Süleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Finance, iclaldaglioglu@sdu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Amaç ve Kapsam:

Bu çalışma, Türkiye'deki vergi mevzuatı temelinde elektrikli araç (EA) ve hibrit araç (HA) talebine ilişkin örnek ülke uygulamalarını ve bu araçlara yönelik vergi politikalarının yönlendirici rolünü ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda araştırma, düzenleyici çerçeveleri ve bunların alternatif yakıtlı araçların benimsenmesini teşvik etme üzerindeki etkisini değerlendirmektedir. Literatüre olan katkı, iklim değişikliğiyle mücadele çerçevesinde 2000 yılı sonrası KDV, MTV ve ÖTV mevzuatında yapılan değişikliklerle alternatif yakıtlı otomobil talebinin değişimi ve söz konusu veriler ışığında mevcut vergi politikalarının etkisinin ortaya konulmasıdır.

Yöntem:

Metodoloji, vergi politikalarının elektrikli ve hafif ticari araçlara yönelik talep üzerindeki etkisini değerlendirmek için nitel analiz ve kıyaslama yöntemlerini bir arada kullanmaktadır. Türkiye'nin mevcut mevzuatının ve mevcut araçlara ilişkin verilerin incelenmesine dayanan çalışma, özellikle iklim değişikliğinin sınırlandırılması kapsamında KDV, MTV ve ÖTV çerçevelerinde gerçekleştirilen düzenlemeleri incelemektedir. Söz konusu vergiler 2000 yılı sonrası yasal düzenlemeler çerçevesinde incelenmiştir. Türkiye'de EA ve HA sayılarının gelişimi, söz konusu araçlara ilişkin emisyon salınımları dikkate alınarak sayısal verilerle değerlendirilmiştir.

Bulgular:

İklim değişikliğiyle mücadelede hükümetler, alternatif yakıtlı araçlara yönelik tüketici talebini artırmak için çeşitli teşvikler sunmaktadır. Literatür, talep yönlü mali sübvansiyonların elektrikli araç pazarının canlandırılmasında ve yönlendirilmesinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Türkiye'de 2023 yılında satılan otomobillerin %10,8'i HA ve %7,5'i EA ve 2024 Şubat sonu itibarıyla kayıtlı araçlar içinde EA'ların payı %0,6, HA'ların payı ise %1,6'dır. Türkiye'de EA'lara yönelik vergi düzenlemeleri, otomobil alımına ilişkin KDV ve ÖTV'de ve sahipliğe ilişkin MTV'de görülmektedir. 7061 sayılı Kanun ile 01.01.2018 tarihinden itibaren, kayıt ve tescil edilmiş binek otomobillerin MTV'si, motor silindir hacmi ve araç yaşının yanı sıra aracın değeri esas alınarak belirlenmektedir. Daha yüksek motor silindir hacmine sahip araçlar daha yüksek emisyonla sahip olsa da, Türkiye'de eski otomobiller için daha düşük MTV uygulanması, yüksek emisyon üreten olsalar bile araçların uzun süre elde tutulmasını teşvik etmektedir. Türkiye'de kayıtlı araçların %54,6'sı 10 yaşından büyüktür. 2023 yılı itibarıyla satılan araçların %80,8'i motor hacmi 1600 cc'nin altında olan dizel ve benzinli araçlardan, %54,8'i ise 120 g/km'nin üzerinde emisyonla sahip araçlardan oluşmaktadır. HA'ların MTV'sinin hesaplanması için 197 sayılı MTV Kanununda herhangi bir teşvik bulunmamaktadır. EA'lar için ilk düzenleme 27.3.2018 tarihli ve 30373 (2. Mükerrer) sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 7103 sayılı "Vergi Kanunları ile Bazı Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" ile yapılmıştır. Elektrikli araçlar için MTV sadece kısmi bir teşvik içermektedir. Türkiye'de HA'lar için ilk ÖTV düzenlemesi 07.09.2016 tarih ve 29824 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6745 sayılı Kanun ile yapılmıştır. Yönetmelik sayısının oldukça fazla olduğu, sık sık yapılan değişikliklerin karmaşık bir yapı sergilediği ve mevzuatta sadeliğin sağlanması gerektiği görülmektedir. Oranlar ve matrahlar incelendiğinde, HA'lar için matrahların içten yanmalı motorlu araçlara göre daha yüksek tutularak vergi oranının düşürülmeye çalışıldığı, ancak oranlar açısından HA'ları teşvik edecek yeterli bir düzenleme yapılmadığı söylenebilir. Yapılan 26.07.2024 tarihli değişiklik ile sadece haricen şarj edilebilen HA'lar için ÖTV teşviki yürürlüğe girmiştir. Bu araçlar için ÖTV oranı %30 ile %80 arasında değişmektedir. Bu araçların emisyonlarının dikkate alınması olumlu bir düzenleme olmakla birlikte, yine de bu teşvikin sadece belirli model HA'lar için teşvik edici olacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu düzenleme dışında hem EA hem de HA'lar için emisyon bazlı bir ÖTV sistemi bulunmamaktadır. İlk kez 25.02.2011 tarihli düzenleme ile sadece elektrik motorlu araçlar ÖTV kapsamına alınmıştır. Bu düzenleme ile EA'lar için uygulanacak en yüksek oran %15'tir. Bu oran 02.02.2021 tarihli düzenleme ile %60'a çıkarılmış, en düşük oran ise aynı düzenleme ile %3'ten %10'a yükseltilmiştir. EA'lar için ÖTV oranlarındaki artış, bu araçlara yönelik talep teşvikini zayıflatmıştır. EA'lar için 18.11.2023 tarihinde yapılan matrah düzenlemesi ile motor gücü 160 kW'ı geçmeyenler için %10 oranının uygulanacağı matrah yükseltilerek daha fazla aracın bu vergi oranından faydalanması amaçlanmıştır. Bu araçlar için ÖTV oranı daha düşük seviyelerde belirlenmiş olsa da diğer ülkelerdeki teşviklere kıyasla düşük kalmaktadır. ÖTV, belirli koşullar altında hem EA'lar hem de HA'lar için teşvik mekanizmaları içerse de, bu teşvikler genellikle sınırlı bir araç modeli yelpazesini dar bir şekilde hedeflemektedir. Ayrıca, yüksek ÖTV oranları bu teşviklerin etkinliğini önemli ölçüde azaltmaktadır. Buna ek olarak, araç alımlarında ÖTV'nin KDV hesaplamaları için vergiye tabi matraha dahil edilmesi, genel vergi yükünü daha da ağırlaştırmaktadır. KDV açısından Türk Vergi Sistemi'nde alternatif yakıtlı araçlar için herhangi bir özel hüküm veya teşvik bulunmamaktadır.

Sonuç ve Tartışma:

Türkiye'de EA ve HA'lara yönelik vergi düzenlemeleri, alternatif yakıtlı araçların yaygınlaşmasını hedeflemektedir. Ancak sınırlı kapsamlı teşvikler, yüksek ÖTV oranları ve karmaşık mevzuat, bu hedefe ulaşmada yetersizdir. Daha etkili bir politika için teşviklerin genişletilmesi, emisyon bazlı düzenlemelerin artırılması ve mevzuatın sadeleştirilmesi başta olmak üzere çeşitli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

1. INTRODUCTION

Many stakeholders, especially governments, are developing various policies to solve the problem of increasing greenhouse gas emissions and global warming. The biggest source of these emissions is energy, and the high share of the transportation sector in emissions has revealed the necessity to produce policies on the transition to sustainable and clean energy in this field. In this context, alternative fuel vehicles play an important role in this transformation. Emissions in the transportation sector are tried to be limited through alternative fuel vehicles with lower emission release compared to fossil fuel vehicles. In increasing electrification in the transportation sector, governments direct this transition with supportive policies as well as coercive measures. Tax policies are one of the instruments commonly used to increase the share of alternative fuel vehicles in this sector. In the world, tax policies are used to increase both the supply and demand of these vehicles. Tax incentives are used as an effective tool for reducing purchase costs and increasing market liquidity. However, the diversity of policies in this area, which vary according to the economic, financial, and social dynamics specific to each country, necessitates that research be conducted in local contexts.

In the first part of the study, sustainable development goals (SDG) and the place of the transportation sector are discussed. Electric vehicles (EVs) contribute significantly to SDG 7, which focuses on providing affordable, reliable, sustainable, and modern energy access for all. By transitioning from fossil fuel vehicles to EVs, we can significantly reduce our dependence on non-renewable energy (RE) sources. This transition is crucial because the transportation sector accounts for a large portion of energy consumption, and a significant portion of global energy consumption comes from non-renewable sources like oil. EVs that can operate using RE sources like solar or wind power offer a more sustainable alternative. EVs also serve as a tool for achieving SDG 13. EVs hold great potential for reducing greenhouse gas emissions from the transportation sector. The benefits of reducing greenhouse gases in the fight against climate change further increase the importance of these technologies. In this section, numerical data on greenhouse gas emissions in the world and Türkiye are presented. The second part of the study evaluates the impact of tax policies on this process based on the literature and sample countries.

As a country with high dependence on energy imports, Türkiye attaches particular importance to policies targeting alternative fuel vehicles. However, the limited number of studies on the effectiveness of the current fiscal regime and tax policies in the adoption of these technologies makes it difficult to understand the dynamics of demand for alternative fuel vehicles in Türkiye and to contribute to future policy development processes. In particular, the role of tax policies that directly affect vehicle prices, such as Türkiye's SCT requires a detailed examination. In this context, the study is based on the question: What is the impact of tax policies on increasing demand for electric and hybrid vehicles (HEVs) in Türkiye, and what policy recommendations can be developed to optimize these effects within the context of the current fiscal regime? In the last part of the study, the regulations regarding the tax legislation for these vehicles in Türkiye are presented, and the tax burden arising from MVT, SCT and VAT is evaluated with numerical data on cars sold and registered to traffic in terms of emission values and fuel types. On the basis of these data, the guiding role of tax policies in the demand for alternative fuel vehicles in Türkiye is tried to be revealed.

2. METHOD

This study uses a combination of qualitative analysis and benchmarking methods to assess the impact of tax policies on the demand for electric and light commercial vehicles in Türkiye. The study is based on an analysis of the legal arrangements made in Türkiye after 2000 within the framework of VAT, MVT and SCT. In this process, the relevant legislation and legal regulations have been analysed in detail. The development of the number of EVs and HEVs in Türkiye and the emission emissions of these vehicles were taken into consideration. In this context, numerical data obtained from official institutions, sector reports and relevant literature have been evaluated. Türkiye's tax regulations have been compared with similar regulations in other countries. The legislation, policy, and implementation information obtained from these sources has been linked to reveal their effects on the demand for alternative fuel vehicles. In this context, the suitability of tax policies for vehicle demand and emission reduction targets has been evaluated. In this process, international practices for limiting climate change have been taken into consideration. The effects of tax policies on EVs and HEVs are evaluated with qualitative analysis method for vehicle demand and emission emissions. In particular, the environmental and economic impacts of the regulations are focussed on. The basic criteria for these comparisons are tax burden, incentives, and emission reduction strategies. This methodology has enabled to evaluate the effects of Türkiye's current tax policies on the

demand for electric and light commercial vehicles from both local and global perspectives. The study also aims to develop recommendations for policy makers in the light of the findings.

3. EVs IN COMBATING CLIMATE CHANGE AND ENSURING SDG

Adoption of EVs is driven by government incentives and strategies aimed at achieving the SDGs (Tilly et al., 2025: 239). EVs are particularly relevant to SDG 7, which focuses on ensuring "access to affordable, reliable, sustainable, and modern energy for all" (United Nations, 2015). Alternative fuel vehicles contribute to this goal by reducing dependence on non-renewable energy sources and enhancing the sustainability of energy consumption.

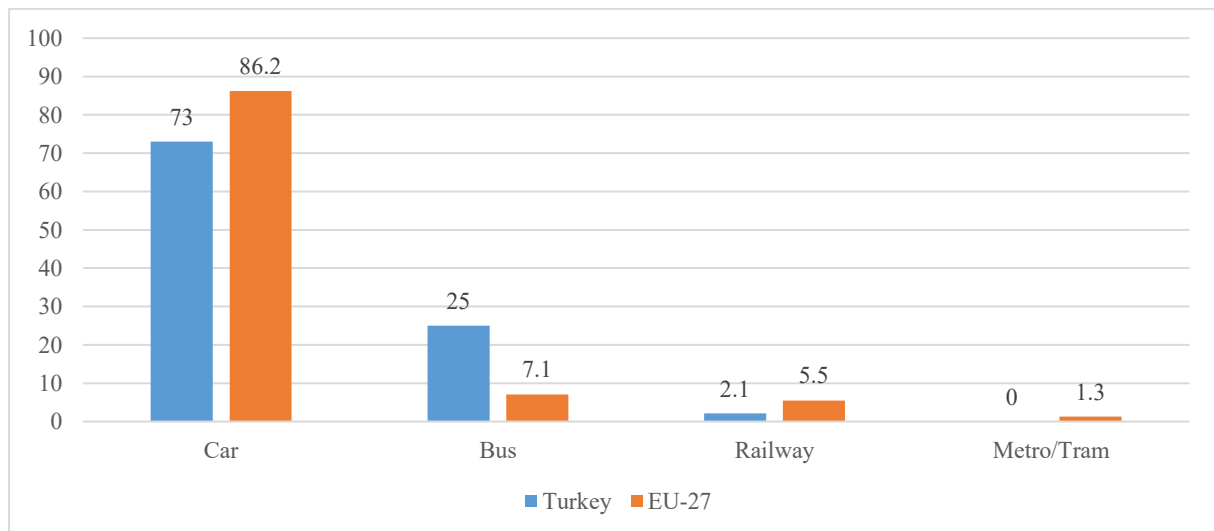
SDG 13, on the other hand, calls for "urgent action to combat climate change and its impacts" (United Nations, 2015). Conventional fuel vehicles emit significant amounts of greenhouse gases, while EVs have emerged as a strategic solution to achieve decarbonization, ecological balance, commercialization, and technological innovation in the transportation sector (Cao et al., 2021, p. 1). Carbon emissions have become a critical area of research in sustainable development (Lu et al., 2024, p. 2).

Human activities, particularly greenhouse gas emissions, contribute to global warming, with global surface temperatures continuing to rise. The primary causes include unsustainable energy and land use, as well as consumption and production patterns (IPCC, 2023, p. 42). In 2022, energy-related emissions worldwide increased by 0.8% compared to 2021, reaching their highest recorded level. Emissions from energy consumption accounted for 87% of total global emissions (Energy Institute, 2023, p. 4).

In Türkiye, energy-related emissions constituted 71.3% of total greenhouse gas emissions in CO₂ equivalents in 2021, representing a 188.4% increase compared to 1990. CO₂ emissions accounted for the largest share at 80.2% in 2021 (Turkish Statistical Institute, 2023). The share of the transportation sector in Türkiye's total CO₂ emissions was 20.2% in 2020. Additionally, 86.6% of CO₂ emissions from transportation originated from road transport, 9.2% from aviation, 3.4% from maritime transport, 0.3% from rail transport, and 0.4% from other forms of transportation (European Union, 2022, pp. 149, 153).

For instance, reducing air pollution and slowing energy consumption have become China's two most pressing issues in sustainable development. As a result, China promotes the use of EVs (Lu et al., 2024, p. 1). Similarly, the European Union's commitment to reducing greenhouse gas emissions and achieving climate action goals is closely linked to efforts to encourage the adoption of EVs (Fabana, 2025).

Figure 1. Modes of Transportation in Road Passenger Transport in Türkiye and EU-27 Countries (% , 2020)

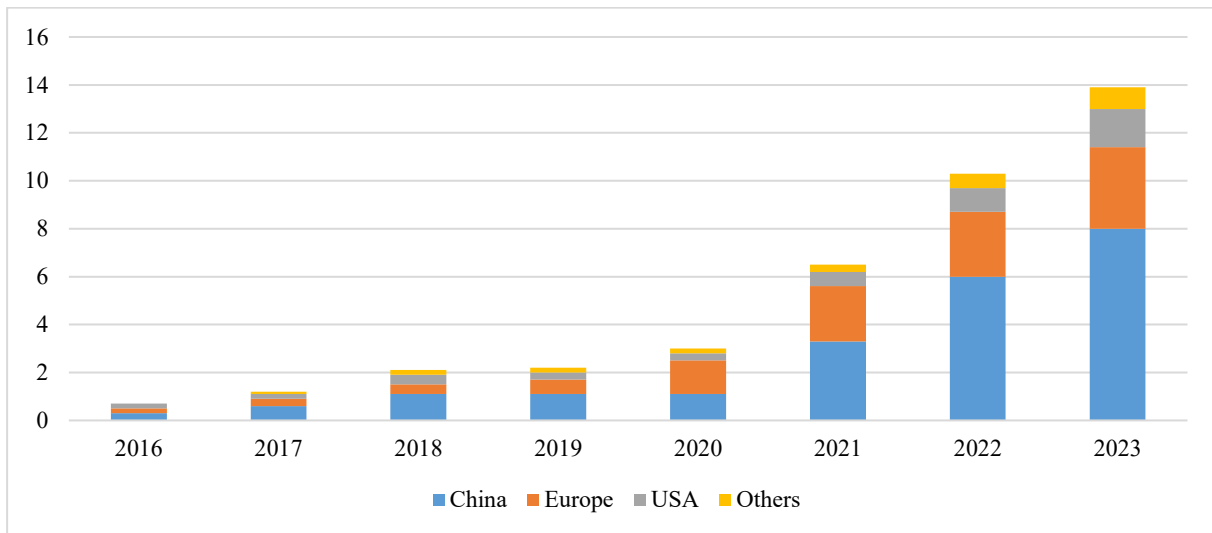


Source: Created from European Union, 2022, p. 49.

Figure 1 shows the percentage of Transportation Modes in Road Passenger Transport in Türkiye and EU-27 Countries in terms of kilometers per person. The share of automobiles is 73% in Türkiye and 86,2% in EU-27. After automobiles, buses take the second place in both Türkiye and EU-27. The share of buses is 25% in Türkiye and 7.1% in the EU-27, which is significantly higher in Türkiye than in the EU-27. While the share of rail transportation is 6,8% in EU-27, it is 2.1% in Türkiye, well behind the EU-27. Therefore, it can be said that a regulation on automobiles has the potential to have an impact on climate change.

However, even though EV is seen as a solution, it is important that the electricity used by the vehicles comes from RE sources. This is because driving your car can result in both GHG emissions from the exhaust of your car and emissions related to the production of the fuel used to power your car (U.S. Department of Energy, 2024). Therefore, although EV is also seen as a tool to combat climate change, it is important to obtain this energy from RE resources, especially electricity generation. In 2022, the share of RE resources (excluding hydropower) in global electricity generation is 14% (Energy Institute, 2023, p. 7). In Türkiye, this share is approximately 35% in 2021 (Dale, 2022, p. 51). RE-based electricity is more affordable than fossil fuel-based electricity in an increasing number of countries and accounts for more than 50% of electricity generation in around 30% of countries (IEA, 2023a, p. 11). However, another important issue here is the weight of electric fuel vehicles in total vehicles. In other words, how much of the electricity generated from RE is used in the transportation sector.

Figure 2. Electric Cars 2016-2023 (Million)



Source: (IEA 2023c).

According to the findings of a specific study conducted in China, the success of alternative fuel vehicles cannot be measured solely by their prevalence. Achieving the goal of reducing carbon emissions requires making the production of these vehicles less carbon-intensive (Lu et al., 2024, p. 13). Thus, EVs are only one part of this broader process. Transitioning to RE and promoting the widespread use of alternative fuel vehicles, alongside enhancing efficiency in production and consumption processes—particularly in the energy used by these vehicles—and ensuring the use of clean energy contribute significantly to the success of these policies.

EVs are considered one of the key technologies for decarbonizing road transport, which accounts for 15% (approximately one-sixth) of global emissions (IEA, 2023c). Increasing the share of renewable energy in total energy production, both globally and in Türkiye, stands out as a critical measure in addressing numerous challenges, particularly environmental issues. Alternative fuel vehicles are supported by public policies in many countries to reduce the transport sector's reliance on fossil fuels.

In 2022, the EVs market exceeded 10 million units. That year, 14% of all new cars sold globally were electric. China leads the market, accounting for approximately 60% of global EVs sales and owning more than half of all EVs. In Europe, the second-largest market, EVs sales grew by more than 15% in 2022, with one in five cars sold

being electric. In the United States, the third-largest market, sales increased by 55% in 2022, reaching an 8% market share (IEA, 2023b, p. 8).

While global demand for these vehicles continues to grow, Türkiye has lagged in the transition to EVs. This delay is primarily attributed to limited charging infrastructure and high import taxes (Statista, 2023).

Table 1. Motorized Land Vehicles in Türkiye

Year	Gasoline	(%)	Diesel	(%)	LPG	(%)	Hybrid ⁽²⁾	(%)	Electricity	(%)	Unknown ⁽³⁾	(%)
2010	3,191,964	42.3	1,381,631	18.3	2,900,034	38.4	-	-	-	-	71,233	0.9
2012	2,929,216	33.9	2,101,206	24.3	3,569,143	41.3	53	0.0	175	0.0	49,082	0.6
2014	2,855,078	29.0	2,882,885	29.2	4,076,730	41.4	113	0.0	412	0.0	42,697	0.4
2016	3,031,744	26.8	3,803,772	33.6	4,439,631	39.2	517	0.0	643	0.0	41,691	0.4
2018	3,089,626	24.9	4,568,665	36.8	4,695,717	37.9	4,415	0.0	952	0.0	38,815	0.3
2020	3,201,894	24.4	5,014,356	38.3	4,810,018	36.7	33,690	0.3	2,797	0.0	36,286	0.3
2022	3,817,104	26.8	5,261,876	36.9	5,005,563	35.1	134,662	0.9	14,552	0.1	35,595	0.2
2024 ¹	4,479,084	29.1	5,449,827	35.4	5,106,861	33.1	246,168	1.6	92,989	0.6	35,353	0.2

Source: Turkish Statistical Institute (2024), Distribution of Automobiles Registered in Traffic by Fuel Type.

Figures in the table may not add up to the total due to rounding. (1)Data are as of the end of February. (2)Includes hybrid, gasoline-electric and diesel-electric cars. (3) Unknown fuel type includes cars for which the fuel type was left blank or incorrect data was entered by mistake in the registration process.

According to Table 1, as of February 2024, 29.1% of registered motor vehicles in Türkiye are gasoline, 35.4% diesel, 33.1% LPG, 1.6% hybrid, 0.6% electric and 0.2% unknown. In Türkiye, while the share of the transportation sector in Final Energy Consumption in 2020 was 25.5%, this share is targeted to be 24.5% in 2035 and electrification is seen as a tool in the transportation sector (Republic of Türkiye Ministry of Energy and Natural Resources, 2022, p. 21, 22, 29).

4. EVs AND TAX POLICIES

Taxes on road vehicles are being progressively adjusted and implemented by many countries to influence consumer behavior and reduce transport externalities, in particular environmental and climate externalities. Energy and environmental considerations have led to a gradual adjustment of taxes on the purchase and registration of road vehicles, taking into account fuel efficiency or emissions of CO₂ and other pollutants. Taxes on road use were initially applied to finance infrastructure and later to manage externalities of road transport, including pollutant emissions (OECD, 2022). On the demand side, markets can be created through fiscal and non-fiscal incentives (Subekti et al., 2021, p. 21). Governments around the world intervene in this process through various instruments and taxes on fossil fuel vehicles are increased, taxes on alternative fuel vehicles are reduced and incentives are offered (Ustabaş, 2014, p. 289). These fiscal incentives aim to reduce the costs of purchasing and owning EVs (Yang et al. 2016, p. 9) and price differentials are reduced (Zarazua de Rubens et al. 2018, p. 505). Incentive policies are more likely to determine consumer acceptance of EVs than other factors (Li et al., 2020, p. 2, 3). Fiscal incentives for zero- and low-emission vehicles, combined with increased taxes on vehicles with higher CO₂ levels, have a noticeable effect on the emissions of new car fleets (Şenzybek and Mock, 2019b, p. 6).

Diamond (2006, p. 16) finds that effective tax incentives have positive effects on the purchase of HA in the US. Yuan et al. (2015, p. 303) argue that vehicle purchase tax incentives in China will directly contribute to the increase in alternative fuel vehicle sales. Bjerkan et al. (2016, p. 174, 175, 179) find that in Norway, the most prominent determinants of EV purchase are purchase taxes and VAT, and that these incentives are determinants for more than 80% of respondents. This is in line with previous research, which found that the strongest incentive to encourage the adoption of HAs is the upfront price discount. An adjustment in taxes to reduce purchasing costs appears to be the strongest incentive tool. Cengiz and Yavuz (2020, p. 103) conclude that the market for EVs is higher in countries where these vehicles are supported by the public at the purchase stage and at the same time driving costs are kept low.

The most prominent policies to increase the sale of EVs are subsidies, fiscal incentives and fuel cost savings. Direct subsidies are usually a one-time support for the purchase of EVs, while fiscal incentives take the form of discounts on purchase and/or annual tax. Fuel cost savings are also achieved through low levels of taxation. Among

fiscal incentives, there are four main categories of tax relief. These can be classified as VAT, one-time purchase and registration tax, annual circulation tax and company car tax (Mock and Yang, 2014, p. 6-9). Yang et al. (2016, p. 9) divide incentives for EVs into two broad categories: subsidies and rebates for vehicle tax. Subsidies tend to be more transparent and direct, while others can be much more variable and ambiguous, depending on both the tax system and vehicle characteristics. Hasan et al. (2020) list some of the policies that can be implemented to transition to low- or zero-emission vehicles as exemption of EVs from road user fees, income tax credit (ICT) rebates for vehicle purchase and registration tax.

Many European countries use various tax incentives to support fuel-efficient/low-emission vehicles such as EVs as part of the climate change mitigation goal (Yan, 2018, p. 61). European countries have taxed the purchase or ownership of passenger cars more comprehensively than most countries. Since 2006, they have changed their tax systems to more directly target CO₂ emission rates. These reforms were widely seen as complementary to CO₂ emission rate standards and aimed to encourage consumers to purchase vehicles that emit less CO₂ (Klier & Linn, 2015, p. 218). However, the financial incentives offered in Europe to encourage the market entry of EVs, including tax benefits and purchase incentives, vary from country to country. As of 2023, 20 EU member states offer incentives for the purchase of EVs. Belgium, Bulgaria, Denmark, Finland, Latvia, Slovakia and Sweden do not offer any purchase incentives, but they do offer tax reductions or exemptions. Estonia has introduced purchase incentives for battery-powered EVs, Denmark offers minimum-rate taxes on purchase and ownership, Bulgaria and Romania exempt EVs from ownership-related taxes. Austria offers VAT reduction and tax exemption for zero-emission cars used for commercial purposes, while in Croatia no SCT is applied to EVs. In Finland, zero-emission passenger cars are exempt from registration tax from October 1, 2021. Lithuania offers registration tax exemption for EVs at first registration, Denmark offers reduced rates (ACEA, 2023). In Italy, EVs are exempt from vehicle tax for five years from the date of first registration. Afterwards, they are taxed at an amount equal to one-quarter of gasoline vehicles (Hauff et al., 2018, p. 5). In 2021, when looking at the fuel and technology shares of newly sold passenger cars, the share of EVs in Norway is 64,5%, while the share of HEVs is 28.2%. In Iceland, the share of EVs is 26,9%, while the share of diesel vehicles is 15% and the share of gasoline vehicles is 18%. HEV accounts for the other market share. The market share of EVs is 19,8% in the Netherlands and 19% in Sweden (Tietge et al., 2022, p. 5). Moreover, following the Dieselgate scandal, most EU member states have been using vehicle tax systems to reduce NO_x emissions and imposing extra taxes on diesel vehicles, which emit an average of six times more NO_x emissions than gasoline vehicles (Şenzeybek & Mock, 2019a, 23). The majority of new vehicles registered in Sweden are company cars and can be used privately by the employees who drive them. The benefit of using a vehicle provided by the employer for private travel is, as a rule, taxable. The taxable value of environmentally friendly cars is set at a lower level, equal to the price of the nearest comparable car without environmental technology (Sweden Ministry of the Environment, 2020, p. 50). To subsidize vehicle purchases, China, Canada, France, Japan, Korea, Sweden, many US states and the UK provide rebates that effectively lower the purchase price of EVs. The US has implemented the ICT, which incentivizes the purchase of EVs by reducing the amount of tax owed. Vehicle tax rebates are also widely applied at the national level and can be either one-off at the time of purchase or as annual taxes paid by consumers (Yang et al. 2016, p. 9). The Thai government also appears to offer various fiscal incentives for EVs, including subsidies, SCT exemptions and import duty reductions. Governments in EMEs see EVs as an opportunity to reduce air pollution, mitigate climate impacts and reduce dependence on energy imports. The policies are usually in the form of tax exemptions for EVs, equipment and parts, as well as purchase incentives, mandates and deployment targets (IEA, 2023b, p. 31, 76, 94). In addition, not only central governments but also local governments and local incentives play an important role in achieving these goals. Therefore, coordination between central and local government policies is important. Incentives offered for renewable energy production, infrastructure, charging stations, and other issues, taking into account local needs, affect the success of the policies implemented (Lu et al., 202, p. 14).

It is clear that some supply-side factors for EVs will also affect market demand. Therefore, subsidy policies targeting the supply side for these instruments also have the potential to stimulate market demand for these products in the short run. While the literature indicates that demand-side fiscal subsidies play an important role in stimulating and steering the EV market (Gong et al., 2020, p. 1716, 1728; Subekti et al., 2021, p. 21), supply-side policies also have an impact on demand-side policies. Similar results are shown in the study by Javazi et al. (2025), which examines the effects of consumer-oriented intervention policies, production-oriented intervention policies, and charging service-oriented intervention policies on the demand for BEVs in terms of economic-environmental and socio-economic sustainability goals. This study shows that all three intervention policies benefit demand for

BEVs. Therefore, it is recommended that the government implement appropriate policies to promote the growth of sustainable transportation, taking into account current market conditions and budget constraints (Javazi et al., 2025, p. 1). Tilly et al. (2025) note that the electrification of transportation can make a meaningful contribution to climate action, infrastructure development, and the creation of sustainable cities and communities through integrated efforts. They emphasize the importance of a comprehensive process involving public, private, and civil society actors (Tilly et al., 2025, p. 250).

5. TAX POLICIES FOR EVS IN TÜRKİYE

5.1. MVT for EVs in Türkiye

In Türkiye, automobiles are taxed according to the “MVT Law No. 197” published in the Official Gazette dated 23.02.1963 and numbered 11342. In 2004, the net weight for automobiles was abandoned and MVT tariffs were determined according to the cylinder volume (Kabakçı Karadeniz, 2018, p. 195). “Law No. 7061” published in O.G. dated 05.12.2017 and numbered 30261, as of 01.01.2018, the value of the vehicle has started to be applied as a third criterion in addition to the engine cylinder volume and vehicle age in the calculation of the MVT of registered and registered passenger cars (Somuncu, 2022, p. 39). Article 5 of the MVT Law No. 197 stipulates that “Automobiles, cap and trucks, off-road vehicles and similar vehicles and motorcycles are taxed according to the tariff numbered (I)”.

Table 2. Tariff No. (I) as of 1/1/2024

Engine Cylinder Volume (cm³)	Vehicle Value (TL)	Line Number	Age of Vehicles and Annual Tax Amount to be Paid (TL)				
			1 - 3 years	4 - 6 years	7 - 11 years	12 - 15 years	Age 16 and over
1- Automobiles, capicabs, off-road vehicles and similar vehicles							
1300 cm³ and below	Not exceeding 180,600	1	3,359	2,343	1,308	987	347
	Exceeding 180,600 but not exceeding 316,400	2	3,692	2,576	1,437	1,088	383
	Exceeding 316,400	3	4,032	2,809	1,573	1,188	413
1301 - up to 1600 cm³	Not exceeding 180,600	4	5,851	4,387	2,544	1,798	690
	Exceeding 180,600 but not exceeding 316,400	5	6,439	4,828	2,801	1,972	754
	Exceeding 316,400	6	7,026	5,265	3,050	2,153	823
1601 - up to 1800 cm³	Not exceeding 452,800	7	11,374	8,894	5,227	3,189	1,235
	Exceeding 452,800	8	12,413	9,697	5,710	3,484	1,348
1801 – up to 2000 cm³	Not exceeding 452,800	9	17,920	13,800	8,111	4,828	1,898
	Exceeding 452,800	10	19,553	15,061	8,848	5,265	2,072
2001 – up to 2500 cm³	Not exceeding 565,500	11	26,885	19,517	12,193	7,282	2,880
	Exceeding 565,500	12	29,332	21,290	13,299	7,948	3,142
2501 – up to 3000 cm³	Not exceeding 1,131,800	13	37,485	32,615	20,373	10,957	4,016
	Exceeding 1,131,800	14	40,898	35,575	22,227	11,955	4,383
3001 – up to 3500 cm³	Not exceeding 1,131,800	15	57,093	51,374	30,944	15,446	5,657
	Exceeding 1,131,800	16	62,289	56,039	33,756	16,845	6,179
3501 – up to 4000 cm³	Not exceeding 1,811,800	17	89,767	77,517	45,649	20,373	8,111
	Exceeding 1,811,800	18	97,937	84,560	49,807	22,227	8,848
4001 cm³ and above	Not exceeding 2,151,400	19	146,932	110,177	65,252	29,326	11,374
	Exceeding 2,151,400	20	160,285	120,196	71,186	31,991	12,413

Source: (Directorate of Revenue Administration, 2024a).

The MVT to be paid by vehicle owners with large engine cylinder volumes is higher than that of smaller vehicles. But the tax rate calculated inversely proportional to the age of the vehicle is among the reasons for higher

emissions. Moreover, while different fuel types emit different levels of environmental pollution, fuel type differences are not taken into account except for EVs (Kabakçı Karadeniz, 2018, p. 199). There is no difference in the annual tax for diesel, gasoline or HA. It is seen that there is no regulation on the calculation of the MVT of HA in the MVT Law No. 197. The first regulation on EVs was made with the “Law No. 7103 on Amendments to Tax Laws and Certain Decree Laws” published in the Official Gazette No. 30373 (2nd Repeated) on 27/3/2018. Additional paragraph added to Article 5 of the MTV Law with this regulation: 21/3/2018-7103/18 Art., the tax rates to be levied on vehicles with electric motors only, which are included in the section titled “1 - Automobiles, coupes, off-road vehicles and the like” of the tariff numbered (I), are shown in Table 3.

Table 3. MVT Table for Automobiles, Land Vehicles, Land Vehicles and Similar Vehicles with Electric Motors Only

Engine power;

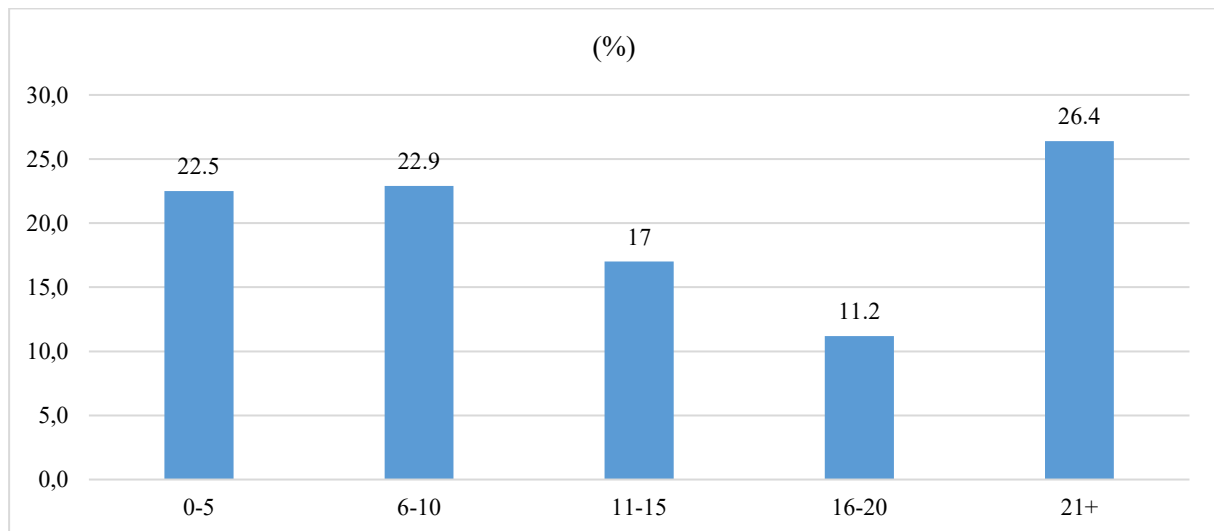
- a) Those not exceeding 70 kW in line numbers 1, 2, 3,
- b) Those exceeding 70 kW but not exceeding 85 kW in line numbers 4, 5, 6,
- c) Those exceeding 85 kW but not exceeding 105 kW in line numbers 7, 8,
- d) Those exceeding 105 kW but not exceeding 120 kW in line numbers 9, 10,
- e) Those exceeding 120 kW but not exceeding 150 kW are in line numbers 11, 12,
- f) Those exceeding 150 kW but not exceeding 180 kW are in line numbers 13, 14,
- g) Those exceeding 180 kW but not exceeding 210 kW are in line numbers 15, 16,
- h) Those exceeding 210 kW but not exceeding 240 kW are in line numbers 17, 18,
- ı) Those exceeding 240 kW are in line numbers 19, 20,

The tax amounts corresponding to the vehicle values and age are taxed at the rate of 25% of the tax amounts.

Source: (Law No. 197, 1963, Article 5, Additional paragraph: 21/3/2018-7103/18 Art)

Vehicles with only electric motors will be taxed at 25 percent of the tax amounts corresponding to the vehicle values and age of cars with internal combustion engines in tariff I. Keeping the MTV lower for older cars alleviates the fiscal pressure on second-hand car owners when compared with the new car buyers, does not provide any fiscal incentive for low-emission cars, and encourages car owners to keep their vehicles for a long time, even if they produce high emissions. Passenger cars older than 16 years old, which contribute less than 10% to MVT revenue, are responsible for around 40% of total CO₂ emissions and 67% of total NO_x emissions in Türkiye (Şenzybek & Mock, 2019a, p. 23).

Figure 3. Distribution of Registered Vehicles by Age Group in Türkiye in 2023 (%)



Source: (Automotive Authorised Distributors Association, 2023).

In 2023, 54.6% of registered cars are older than 10 years old, 22.5% are up to 5 years old and 22.9% are between 6 and 10 years old. According to Table 2, an HEV with an engine displacement of 1300 cm³ and below, with a vehicle value exceeding 316,400 and between 1 and 3 years old, pays 4,032 TRY MVT in 2024, while a car with an internal combustion engine with the same engine displacement, with a vehicle value exceeding 316,400 and older than 16 years old, pays 413 TRY MVT, and a car with an internal combustion engine with an engine displacement of 2501 - 3000 cm³, with a vehicle value not exceeding 1,131,800 and older than 16 years old, pays 4,016 TRY MVT.

5.2. SCT for EVs in Türkiye

“SCT Law No. 4760” was published in the O.G. dated 12/06/2002 and entered into force on 01/08/2002, the goods or groups of goods in the lists annexed to the law are subject to SCT for one time only, according to Article 1 (b), “the first acquisition of the goods in the list (II) that are subject to recording and registration” (c), “the goods in the list (II) that are not subject to recording and registration”. Only vehicles with electric motors and vehicles with electric motors are included in the list numbered II. Regulations for vehicles with electric motor (HV):

- With the “Law No. 6745 on Supporting Investments on Project Basis and Amendments to Certain Laws and Decree Laws” published in the Official Gazette No. 29824 dated 07.09.2016, the SCT Law No. 4760 was amended. With this regulation, an arrangement has been made in the list numbered II attached to the SCT Law regarding HEV, and it has been decided to collect SCT at the rate of 90% for those with an electric motor, whose electric motor power exceeds 50 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 1800 cm³, 90% for others, 145% for those whose electric motor power exceeds 100 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 2500 cm³, and 145% for others.
- With the “Decree of the Council of Ministers No. 2016/9256” published in the Official Gazette on 05.10.2016, the rate of 90% was reduced to 45% for those whose electric motor power exceeds 50 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 1800 cm³, and the rate of 145% was reduced to 90% for those whose electric motor power exceeds 100 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 2500 cm³.
- The “Decree of the Council of Ministers No. 2016/9542” published in the Official Gazette No. 29899 dated 25.11.2016, the tax-free price of the vehicle is included in the determination of the SCT rate. Electric motor power exceeding 50 KW and engine cylinder volume not exceeding 1800 cm³ is determined as 60%, 45% for those whose tax base does not exceed 50,000 TRY, and 50% for those whose tax base exceeds 50,000 TRY but does not exceed 80,000 TRY. The tax base is determined as 110% for those whose electric motor power exceeds 100 KW and whose engine cylinder volume does not exceed 2500 cm³. For those whose electric motor power exceeds 100 KW and whose engine cylinder volume is between 2000 cm³ and 2500 cm³, the tax base is determined as 100% for those whose tax base does not exceed 100,000 TL and 160% for others.

In 2018, while the rates remained the same in the changes made on 01.01.2018, 27.03.2018, 24.09.2018 for the vehicles in the list numbered II, the bases were increased. With the “Presidential Decree No. 287” published in the repeated R.G. dated October 31, 2018 and numbered 30581, the SCT rate of HAs was reduced. The rate is 30% for those whose electric motor power exceeds 50 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 1800 cm³, for those whose tax base does not exceed 85,000 TRY, 35% for those whose tax base exceeds 85,000 TRY but does not exceed 135,000 TRY and 60% for others. For those whose electric motor power exceeds 100 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 2500 cm³, the tax base is 100% for those whose tax base does not exceed 170,000 TRY and 110% for others.

- On 01.07.2019, the rates for those whose electric motor power exceeds 50 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 1800 cm³ in the list numbered II were increased from 30% to 45% for those whose tax base does not exceed 85,000 TRY, and from 35% to 50% for those whose tax base exceeds 85,000 TRY but does not exceed 135,000 TRY.
- With the “Presidential Decree No. 2912” published in the Official Gazette No. 31229 on 30.08.2020, the rate was increased from 60% to 80% for those whose electric motor power exceeds 50 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 1800 cm³ and whose tax base exceeds 135,000 TRY. For those whose electric motor power exceeds 100 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 2500 cm³, the rate was increased from 100% to 130% for those whose tax base does not exceed 170,000 TRY and from 110% to 150% for others. For the others, the rate was increased from 160% to 220%.

- With the “Presidential Decree No. 4373” published in the Official Gazette No. 31567 dated 13.08.2021, the “Presidential Decree No. 5096” published in the Official Gazette No. 31718 dated 13.01.2022 and the “Presidential Decree No. 6417” published in the Official Gazette No. 32023 dated 24.10.2022, the tax bases were increased for those whose electric motor power exceeds 50 kW and engine cylinder volume does not exceed 1800 cm³.

The first regulation regarding the SCT on EVs was published in the Official Gazette dated 25.02.2011 and numbered 27857 (2nd Repeated) with the “Decree of the Council of Ministers numbered 2011/1435” and with the addition made in the list numbered II attached to the SCT Law, EVs were included in the scope of SCT.

- With the regulation dated 25.02.2011, only those with electric motors, 3% for those with an engine power not exceeding 85 kW, 7% for those with an engine power exceeding 85 kW but not exceeding 120 kW, and 15% for those with an engine power exceeding 120 kW. With the “Presidential Decree No. 3471” published in the Official Gazette dated 02.02.2021 and numbered 31383, the rate of 3% was increased to 10%, the rate of 7% was increased to 25% and the rate of 15% was increased to 60%.
- With the regulation made in the “Law No. 7417 on the Amendment of the Civil Servants Law No. 7417 and Certain Laws and the Decree Law No. 375” published in the Official Gazette No. 31887 on 05.07.2022, the SCT regulation regarding EAs has been amended in the tax base and engine power. It is stated in the relevant tariff that those whose engine power does not exceed 160 kW and whose tax base does not exceed 700,000 TRY will be taxed at a rate of 10% and the others at a rate of 40%; those whose engine power exceeds 160 kW and whose tax base does not exceed 750,000 TRY will be taxed at a rate of 50% and the others at a rate of 60%.
- In the “Presidential Decree No. 6885” published in the Official Gazette dated 03.03.2023 and numbered 32121, it is 10% for those whose engine power does not exceed 160 kW and whose tax base does not exceed 1,250,000 TRY, and 40% for the others. For those whose engine power exceeds 160 kW, the tax base is 50% for those who do not exceed 1,350,000 TRY and 60% for others. With the “Presidential Decree No. 7803” published in the Official Gazette dated 18.11.2023 and numbered 32373, the tax base of 1,250,000 TRY was updated as 1,450,000 TRY.

Currently, the SCT system for passenger cars is based solely on the engine displacement and pre-tax price of the vehicle. For HEVs and EVs, the power of the electric motor is also taken into account, in some cases associated with reduced SCT rates. For vehicles with 1600 cc or more internal combustion engines, SCT is at least equal to the net price of the vehicle. This creates a strong incentive for consumers to choose vehicles with smaller engine displacement, if not lower engine power (Şenzeybek & Mock, 2019b, p. 3).

Table 4. Turkish Automobile Market Numbers, Shares and Changes by Engine Volume

Engine Volume	Engine Type	January-December 2022 Quantity	January-December 2022 Share	January-December 2023 Quantity	January-December 2023 Share	Change
≤ 1600cc	G/D	515,340	87.0%	781,535	80.8%	51.7%
1601cc - ≤ 2000cc	G/D	3,861	0.7%	6,353	0.7%	64.5%
≥ 2001cc	G/D	1,339	0.2%	2,470	0.3%	84.5%
G/D Subtotal		520,540	87.8%	790,358	81.7%	51.8%
≤ 1600cc	Hybrid	40,760	6.9%	67,928	7.0%	66.7%
1601cc - ≤ 1800cc (≤ 50KW)	Hybrid	0	0.0%	0	0.0%	
1601cc - ≤ 1800cc (> 50KW)	Hybrid	11,131	1.9%	17,850	1.8%	60.4%
1801cc - ≤ 2000cc	Hybrid	11,715	2.0%	17,488	1.8%	49.3%
2001cc - ≤ 2500cc (≤ 100KW)	Hybrid	349	0.1%	271	0.0%	-22.3%
2001cc - ≤ 2500cc (> 100KW)	Hybrid	34	0.0%	436	0.0%	1182.4%
> 2500cc	Hybrid	398	0.1%	831	0.1%	108.8%
Hybrid Subtotal		64,387	10.9%	104,804	10.8%	62.8%
≤ 160 kW	Electricity	2,965	0.5%	52,244	5.4%	1662.0%
> 160 kW	Electricity	4,768	0.8%	19,935	2.1%	318.1%
Electricity Subtotal		7,733	1.3%	72,179	7.5%	833.4%
Total		592,660	100.0%	967,341	100.0%	63.2%

Source: (Erce, 2024, p. 14).

Table 4 shows data for 2022 and 2023 for car sales by engine displacement. In 2023, 81.7% of the cars sold are diesel and gasoline cars, 10.8% are HEV and 7.5% are EV. While the increase in diesel and gasoline car sales compared to 2022 was 51.8%, HEV and EV sales increased by 62.8% and 833.4%, respectively. In terms of engine displacement, the share of vehicles below 1600 cc in total vehicle sales is 87,8% in 2023. Of this share, 80,8% is composed of gasoline and diesel and 7% is HEV. In 2023, the largest share in total vehicle sales will be composed of vehicles below 1600 cc. The share of vehicles above 1600 cc is 1% for gasoline and diesel fueled vehicles, while HEV accounts for 3,8%. In the same period, 5.4% of the total sales of EVs was composed of cars below 160 kW, while 2.1% was composed of cars above 160 kW. Compared to the previous year, the share of EVs in automobile sales in 2023 increased by 1662% for cars below 160 kW and by 318,1% for cars above 160 kW. Ökde (2022, p. 432) states that the number of EVs sold in Türkiye is quite low compared to the EU, and when the ratio of newly registered vehicles to all vehicles is compared, this ratio is approximately 35 times higher in the EU than in Türkiye.

Table 5. Turkish Automobile Market Numbers, Shares and Changes by Emission Values

CO ₂ Average Emission Values (g/km)	January-December 2022		January-December 2023		Change
	Quantity	Share	Quantity	Share	
< 100	31,572	5.3%	100,161	10.4%	217.2%
≥ 100 - < 120	229,587	38.7%	336,933	34.8%	46.8%
≥ 120 - < 140	160,443	27.1%	216,183	22.3%	34.7%
≥ 140 - < 160	145,935	24.6%	217,468	22.5%	49.0%
≥ 160	25,123	4.2%	96,596	10.0%	284.5%
Total	592,660	100.0%	967,341	100.0%	63.2%

Source: (Erce, 2024, p. 15).

Table 5 presents data on automobile sales in 2022 and 2023 according to emission emissions. The share of 100-120 g/km cars in total sales decreased from 38,7% in 2022 to 34.8% in 2023. The share of cars with emissions below 100 g/km increased from 5,3% to 10.4% in 2022, while the share of cars with emissions above 160 g/km increased from 4.2% to 10%. While the share of sales of vehicles with emissions below 100 g/km and above 160 g/km in total vehicle sales increased, the share of vehicles with other emission levels decreased.

Table 6. SCT Regulation for Passenger Cars in Türkiye

Electric Cars	Hybrid Cars	Cars with Internal Combustion Engine
Engine power not exceeding 160 kW -Those whose SCT base does not exceed 1,450,000 TRY 10% - Others 40%	Those with an electric motor, whose electric motor power exceeds 50 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 1800 cm ³ - Those whose SCT base does not exceed 228,000 TRY 45% - Those whose SCT base exceeds 228,000 TRY but does not exceed 350,000 TRY 50% - Others 80%	Engine cylinder volume not exceeding 1600 cm ³ -Those whose SCT base does not exceed 184,000 TRY 45% -Those whose excise tax base exceeds 184,000 TRY but does not exceed 220,000 TRY 50% -Those whose excise tax base exceeds 220,000 TRY but does not exceed 250,000 TRY 60% -Those whose excise tax base exceeds 250,000 TRY but does not exceed 280,000 TRY 70% -Others 80%
Engine power exceeding 160 kW -Those whose SCT base does not exceed 1,350,000 TRY 50% -Others 60%	Those with an electric motor, whose electric motor power exceeds 100 kW and whose engine cylinder volume does not exceed 2500 cm ³ -Those whose SCT base does not exceed 170,000 TRY 130% -Others 150% Others 220%	Engine cylinder volume exceeding 1600 cm ³ but not exceeding 2000 cm ³ - Those whose SCT base does not exceed 170,000 TRY 130% - Others 150%
	¹ The vehicle, which also has an electric motor, is an externally rechargeable vehicle with carbon dioxide emissions of less than 25 grams per weighted combined kilometer and an equivalent electric range of 70 kilometers or more. -Engine cylinder volume not exceeding 1600 cm ³ -- Those whose SCT base does not exceed 1,350,000 TRY 30%	Engine cylinder volume exceeding 2000 cm ³ -Others 220%

Electric Cars	Hybrid Cars	Cars with Internal Combustion Engine
	-- Others 60%	
	- Engine cylinder volume exceeding 1600 cm ³ but not exceeding 1800 cm ³	
	--Tax base not exceeding 1,350,000 TRY 80%	

Source: (Directorate of Revenue Administration, 2024b; Legislation, Regulations in List II dated 18.11.2023).

¹ Directorate of Revenue Administration (2024c), Regulation added with the list numbered II dated 26.07.2024.

Table 6 shows the regulations for passenger cars in force as of 18.11.2023. Looking at the regulations for HEVs, it is quite difficult to say that these vehicles have a tax advantage over vehicles with internal combustion engines. Only the tax bases are set higher. When compared to EVs, it is seen that the tax rates for HEVs are high. As of 2023, according to Table 4 and Table 6, 82% of the HEVs sold are subject to an SCT rate ranging between 45%, 50% and 80%. In the same period, 17% of these vehicles sold were taxed at 130% and 150%, while about 1% were taxed at 220%. While 98.9% of the internal combustion vehicles sold were subject to SCT at rates ranging between 45% and 80%, 0.8% of these vehicles were subject to 130% and 150%, and 0.3% were subject to 220%. Therefore, it is very difficult to say that the SCT regulation for HOs also constitutes a tax incentive for these vehicles. With the “Law No. 7521 on the Amendment of Certain Laws and Decree Laws” published in the Official Gazette dated 26.07.2024 and numbered 32613, the SCT base of those that can be charged from outside the vehicle, whose carbon dioxide emission per weighted combined kilometer is less than 25 grams, whose range can be covered with equivalent electrical energy is 70 km or more, and whose engine cylinder volume does not exceed 1600 cm³ is 1.350,000 TRY and 60% for the others, and 70% for those whose engine cylinder volume exceeds 1600 cm³ but does not exceed 1800 cm³ and whose tax base does not exceed 1,350,000 TRY. While it is a positive arrangement that both the emission emissions and the range of these vehicles are taken into consideration, it is still seen that this incentive will only be encouraging for certain model HEVs.

When Table 4 and Table 6 are evaluated, it is seen that 72,4% of EVs sold in 2023 are subject to SCT at a rate of 10% and 40% depending on the matrix, while 27,6% of these vehicles are subject to SCT at a rate of 50% and 60% depending on the matrix. Although these rates are set at a lower level compared to other vehicles, even an EV with an engine power of no more than 160 kW and a tax base of no more than 1,450,000 TRY is subject to a tax burden of approximately one third of the tax-free price of the vehicle with SCT and VAT. Similarly, Şenzybek and Mock (2019a) argue that while the current tax incentives in Türkiye provide a benefit for some specific HEV and EV models, they are not sufficient to encourage significant uptake.

5.3. VAT on EVs in Türkiye

“VAT Law No. 3065” does not have a specific regulation for EVs and HEVs. With the “Presidential Decree No. 7346” published in the Official Gazette dated July 7, 2023 and numbered 32241, the VAT rate was increased from 18% to 20%. The VAT base for EVs and HEVs is the amount calculated by adding the SCT amount to the net price of the vehicle. Therefore, the tax burden on these vehicles has increased with the latest regulation.

Table 7. BMW IX1 E Drive M Sport Sales Price and Minimum Wage in Some Countries

Country	Sale Price(Euro)	Sale Price(TRY)	Minimum Wage(Euro)
Türkiye	78,088	2,728,700	612,58
Luxembourg	48,298	1,687,705	2,570,93
France	50,800	1,775,134	1,766.92
Germany	47,900	1,673,798	2,054

Source: (BMW, 2024a; BMW, 2024b; BMW, 2024c; BMW, 2024d).

Table 7 shows the selling price of BMW IX Drive M Sport model EV in Türkiye and the sample countries on 27.03.2024. The vehicle in question is subject to 40% SCT and 20% VAT. The tax burden of SCT and VAT on the vehicle is 68%. The price difference between Türkiye and other countries is largely due to the tax burden. Moreover, the same vehicle, with an engine power of 150 kW, is subject to 25% of the MVT tax for cars with an engine displacement of 2001 - 2500 cm³. Since the tax-free sale price of the vehicle exceeds 565,500 TRY, the tax amount is 25% of 29,332 TRY as of 2024. This is a higher amount than the MVT on gasoline or diesel fueled 1-3 year old vehicles with engine displacement up to 1601 - 1800 cm³. Moreover, the minimum wage in France in the

first half of 2024 is 1,766.92 Euros, 2,054 Euros in Germany, 2,570.93 Euros in Luxembourg and 612,58 Euros in Türkiye (Eurostat, 2024). The tax burden on alternative fuel vehicles in Türkiye is high compared to other countries and this has an impact on the demand for these vehicles.

6. CONCLUSION

SDGs have become a significant focal point in the design of government policies, particularly in recent years. Incentives and policies introduced by governments are considered key drivers in achieving these goals. Alternative fuel vehicles, in particular, have the potential to contribute significantly to the attainment of SDG 7 and SDG 13. On the one hand, reducing dependence on non-renewable energy sources will enhance the sustainability of energy consumption. On the other hand, decarbonization in the transportation sector will support efforts to combat climate change.

In the fight against climate change, governments offer various incentives to drive consumer demand for alternative fuel vehicles. On the one hand, a taxation system based on CO₂ emissions is designed, on the other hand, discounts and exemptions are offered on vehicle purchases, annual taxes, vehicle registration and ownership taxes as well as import duties. The most commonly used incentives include tax exemptions and reductions on vehicle purchase and vehicle registration, SCT, VAT, ICT, import taxes, and regulations on company car taxation. The literature suggests that demand-side fiscal subsidies play an important role in stimulating and driving the EV market. In 2022, 14% of all new cars sold in the world and one out of every five vehicles sold in EU countries will be electric. In Türkiye, 10.8% and 7.5% of cars sold in 2023 were HEVs and EVs, respectively, and the share of EVs in registered vehicles was 0.6% and HEVs 1.6% as of end-February 2024.

In Türkiye, tax regulations for EVs are seen in VAT and SCT related to the purchase of automobiles and in MTV related to ownership. With Law No. 7061, as of 01.01.2018, the MTV of registered and registered passenger cars is determined based on the value of the vehicle in addition to the engine cylinder volume and vehicle age. While vehicles with higher engine displacement have higher emissions, the lower MTV for older cars in Türkiye encourages long-term retention of vehicles, even if they produce high emissions. In Türkiye, 54.6% of registered vehicles are older than 10 years old. As of 2023, 80.8% of the vehicles sold are diesel and gasoline vehicles with engine displacement below 1600 cc and 54.8% are vehicles with emissions above 120 g/km. There is no incentive for the calculation of the MVT of HEVs in the MTV Law No. 197. The first regulation for EVs was made with the "Law No. 7103 on the Amendment of Tax Laws and Certain Decree Laws" published in the Official Gazette dated 27.3.2018 and numbered 30373 (2nd Repeated). EVs will be taxed at the rate of 25 percent of the tax amounts corresponding to the vehicle values and age of automobiles with internal combustion engines included in the MTV annexed Tariff No. I. It is observed that the MVT has only a partial incentive for EVs.

The first SCT regulation for HEVs in Türkiye was made by Law No. 6745 published in the Official Gazette No. 29824 on 07.09.2016. It is observed that the number of regulations is quite high, the frequent amendments exhibit a complex structure, and it is necessary to ensure the simplicity of the legislation. According to the regulations in List II dated 18.11.2023, the SCT rate applied to HEVs varies between 45% and 220%. As of 2023, 82% of the HEVs sold are subject to SCT at 45%, 50% and 80%. In the same period, 17% of HEVs sold are taxed at 130% and 150%, while around 1% are taxed at 220%. While 98.9% of the internal combustion vehicles sold are subject to SCT at rates ranging between 45% and 80%, 0.8% of these vehicles are subject to SCT at rates of 130% and 150%, and 0.3% of these vehicles are subject to SCT at 220%. When the rates and bases are analyzed, it can be said that there is an attempt to reduce the tax rate by keeping the bases higher for HEVs compared to vehicles with internal combustion engines, but there is not a sufficient regulation in terms of rates to encourage HEVs. With the amendment dated 26.07.2024, SCT incentive for HEVs that can only be charged externally was put into effect. The SCT rate for these vehicles varies between 30% and 80%. While it is a positive regulation to take into account the emission of these vehicles, it is still considered that this incentive will only be encouraging for certain models of HEVs. Moreover, apart from this regulation, there is no emission-based SCT system for both EV and HEV.

With the regulation dated 25.02.2011, only vehicles with electric motors were included in the scope of SCT for the first time. With this regulation, the highest rate to be applied for EVs is 15%. This rate was increased to 60% with the regulation dated 02.02.2021 and the lowest rate was increased from 3% to 10% with the same regulation. The increase in SCT rates for EVs has weakened the incentive for demand for these vehicles. With the base adjustment made on 18.11.2023 for EVs, the base to which the 10% rate will be applied for those with an engine power not exceeding 160 kW was increased to TRY 1,450,000, aiming to allow more vehicles to benefit from this

tax rate. However, for those whose engine power does not exceed 160 kW, the rate is applied as 40% depending on the base, and for those whose engine power exceeds 160 kW, the rate is applied as 50% and 60% depending on the base. In 2024, no changes were made regarding the tax base and rates. While 72,4% of the vehicles sold in 2023 were subject to SCT at the rates of 10% and 40% depending on the base, 27.6% of these vehicles were subject to SCT at the rates of 50% and 60% depending on the base. Although these rates are set at lower levels compared to other vehicles, these rates remain low compared to the incentives in other countries.

According to VAT Law No. 3065, there is no special regulation for EVs and HEVs. With the Presidential Decree No. 7346 published in the Official Gazette No. 32241 dated July 7, 2023, the VAT rate was increased from 18% to 20%. The VAT base for these vehicles is the amount found by adding the SCT amount to the net price of the vehicle, and with this regulation, the tax burden on alternative fuel vehicles has been further increased. In addition, although EVs are seen as a solution to fight against climate change, the total share of vehicles and the use of electricity from RE sources is of great importance. Therefore, there is still a need to regulate these taxes on the basis of taxation based on CO₂ emissions within the framework of limiting climate change.

This study examines the impact of tax policies implemented for EVs and BEVs in Türkiye on vehicle demand and emission reduction targets. The findings indicate that while Türkiye's regulatory framework promotes the adoption of alternative fuel vehicles, its overall effectiveness remains limited. Key factors constraining the success of these policies include high SCT rates, a complex legislative framework, and incentives that are narrowly targeted toward a limited range of vehicle models. The Turkish case provides valuable insights for developing economies in designing policies to facilitate the adoption of alternative fuel vehicles.

In a global context, Türkiye's current incentive system is less comprehensive and effective compared to leading markets such as the European Union and China. Notably, China's emphasis on low-carbon production processes and the European Union's emission-based incentive mechanisms represent successful models that Türkiye could incorporate into its policy-making strategies. As a developing economy, Türkiye offers a unique reference point for balancing economic constraints with environmental objectives in policy design. The long-term policy implications for decarbonizing Türkiye's transportation sector can be outlined as follows:

- Adoption of an Emission-Based Taxation System
- Expansion of Charging Infrastructure
- Promotion of Local Production and Renewable Energy Use
- Streamlining and Stabilizing Legislation
- Implementation of Inclusive Incentive Policies

Türkiye's efforts to decarbonize its transportation sector have the potential to contribute not only to national objectives but also to global emission reduction targets. Thus, it is imperative to develop long-term, holistic policies that align with the principles of sustainable development. Such policies would not only address domestic challenges but also position Türkiye as a model for other developing economies pursuing similar objectives.

This study, which examines the impact of tax policies on the demand for EVs and HEVs in Türkiye, has some limitations in terms of its scope and methodology. First, the data set used is limited to a specific time period. The lack of an econometric model in the study may make it difficult to generalize the results to other situations or regions. The absence of quantitative analyses may prevent the existing data sets from being evaluated comprehensively. Despite these limitations, the study's findings provide important insights for shaping sustainable transportation policies in Türkiye. Future research could develop models that make the findings more useful for policymakers or implementers.

DECLARATION OF THE AUTHOR

Declaration of Contribution Rate: The author contributes the study on her own.

Declaration of Support and Thanksgiving: No support is taken from any institution or organization.

Declaration of Conflict: There is no potential conflict of interest in the study.

REFERENCES

- ACEA. (2023). *Electric cars: Tax benefits and purchase incentives (2023)*. Retrieved July 6, 2024 from <https://www.acea.auto/fact/electric-cars-tax-benefits-purchase-incentives-2023/>
- Automotive Authorised Distributors Association (OYDER). (2024). *Motorlu kara taşıtları raporu Aralık 2023*. Retrieved July 8, 2024 from <https://www.oyder-tr.org/duyuru/motorlu-kara-tasitlari-raporu-aralik-2023>
- BMW. (2024a). *BMW elektroautos*. Retrieved March 27, 2024 from <https://www.bmw.de/de/elektroauto.html>
- BMW. (2024b). *BMW iX1 M Sports*. Retrieved March 27, 2024 from <https://www.bmw.fr/fr/tous-les-modeles/bmw-i/ix1/2022/bmw-ix1-highlights-new.html>
- BMW. (2024c). *2024 model yılı BMW fiyat listesi*. Retrieved March 27, 2024 from <https://www.bmw.com.tr/tr/fastlane/bmw-fiyaat-listesi.html>
- BMW. (2024d). *BMW elektroautos*. Retrieved March 27, 2024 from <https://www.bmw.lu/de/elektroauto.html#ladeubersicht>
- Bjerkkan, K. Y., Nørbech, T. E., & Nordtømme, M. E. (2016). Incentives for promoting battery electric vehicle (BEV) adoption in Norway. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 43, 169-180.
- Cao, J., Chen, X., Qiu, R., & Hou, S. (2021). Electric vehicle industry sustainable development with a stakeholder engagement system. *Technology in Society*, 67, 101771.
- Cengiz, Y., & Yavuz, H. (2020). Çevre ekonomisi ve mali ilişkiler üzerine seçme yazılar. In H. Yavuz & T. Değirmenci (Ed.), *Seçilmiş Avrupa ülkelerinde elektrikli araçlara yönelik teşviklerin Türkiye ile karşılaştırılması* (p. 85-107). Sakarya Üniversitesi Yayınları No: 203.
- Dale, S. (2022). *BP statistical review of world energy 2022*. Retrieved March 5, 2024 from https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html#tab_sr-2022
- Decree of the Council of Ministers No 2011/1435 (2011, 25 February). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/02/20110225M2-1.htm>
- Decree of the Council of Ministers No 2016/9256 (2016, 26 September). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/10/20161005-14.pdf>
- Decree of the Council of Ministers No 2016/9542 (2016, 24 November). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/11/20161125-9.pdf>
- Diamond, D. (2006). 'The determinants of hybrid-electric vehicle adoption: insights from state registration data' *Working Paper*, F.A. Philip Auerswald, School of Public Policy, George Mason University, <https://hdl.handle.net/1920/1864>
- Directorate of Revenue Administration. (2024a). *Legislation*. Retrieved May 10, 2024 from https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/mevzuatek/MTV_Hadleri/56_serno_mtv_I_say_tar.pdf
- Directorate of Revenue Administration. (2024b). *Legislation*. Retrieved May 10, 2024 from https://www.gib.gov.tr/fileadmin/mevzuatek/otv_oranlari_tum/18112023_II_sayili_liste.pdf
- Directorate of Revenue Administration. (2024c). *Legislation*. Retrieved May 10, 2024 from https://www.gib.gov.tr/fileadmin/mevzuatek/otv_oranlari_tum/26072024_II_sayili_liste.pdf

- Energy Institute. (2023). *Statistical Review of World Energy 2023*. Retrieved April 2, 2024 from <https://www.energyinst.org/statistical-review>
- Erce, H. (2024). *Basın bülteni 4 Ocak 2024*. Retrieved April 12, 2024 from <https://www.odmd.org.tr/folders/2837/categorialdocs/4577/ODMD%20Bas%20Bulteni%204%20Ocak%202024.pdf>
- European Union. (2022). *Statistical pocketbook 2022*. Retrieved April 2, 2024 from <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f656ef8e-3e0e-11ed-92ed-01aa75ed71a1>
- Eurostat. (2024). *Database*. Retrieved April 12, 2024 from https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tps00155/default/table?lang=en&category=t_labour.t_earn
- Fabana, C. (February 5, 2025). *The Role of Electric Vehicles in Sustainable Development*. Retrieved June 27, 2025 from <https://www.europeanguanxi.com/post/the-role-of-electric-vehicles-in-sustainable-development>
- Gong, B., Wang, J., & Cheng, J. (2020). Market demand for electric vehicles under technology improvements and tax relief. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(8), 1715-1729.
- Hasan, M. A., Chapman, R., & Frame, D. J. (2020). Acceptability of transport emissions reduction policies: A multi-criteria analysis. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 133, 110298.
- Hauff, K., Pfahl, S., & Degenkolb, R. (2018). Taxation of electric vehicles in Europe: A methodology for comparison. *World Electric Vehicle Journal*, 9(2), 30.
- IEA. (2023a). *Accelerating sector transitions through stronger international collaboration 2023, The breakthrough agenda report*. Retrieved March 12, 2024 from <https://www.iea.org/reports/breakthrough-agenda-report-2023>
- IEA. (2023b). *Catching up with climate ambitions, Global EV outlook 2023*. Retrieved March 12, 2024 from <https://www.oecd.org/publications/global-ev-outlook-bdb28e12-en.htm>
- IEA. (2023c). *Electric Vehicles*. Retrieved March 12, 2024 from <https://www.iea.org/energy-system/transport/electric-vehicles>
- IPCC. (2023). *Climate change 2023 synthesis report*. Retrieved March 12, 2024 from https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/downloads/report/IPCC_AR6_SYR_LongerReport.pdf
- Javazi, L., Alinaghian, M., & Khosroshahi, H. (2025). Evaluating government policies promoting electric vehicles, considering battery technology, energy saving, and charging infrastructure development: A game theoretic approach, *Applied Energy*, 390, 125799.
- Kabakçı Karadeniz, H. (2018). Otomobiller üzerinden alınan motorlu taşıtlar vergisinin vergi adaleti açısından incelenmesi, *International Journal of Public Finance*, 3(2), 193-204.
- Klier, T., & Linn, J. (2015). Using taxes to reduce carbon dioxide emissions rates of new passenger vehicles: evidence from France, Germany, and Sweden, *American Economic Journal: Economic Policy*, 7(1), 212-242.
- Law No. 197 (1963, 23 February). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/11342.pdf>.
- Law No. 3065 (1984, 2 November). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/18563.pdf>
- Law No. 4760 (2002, 12 June). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2002/06/20020612.htm#1>

- Law No. 6745 (2016, 7 September). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/09/20160907-1.htm>
- Law No. 7061 (2017, 5 December). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/12/20171205-12.htm>
- Law No. 7103 (2018, 27 March). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/03/20180327M2-1.htm>
- Law No. 7417 (2022, 5 July). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/07/20220705-1.pdf>
- Law No. 7521 (2024, 26 July). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/07/20240726-2.htm>
- Li, W., Long, R., Chen, H., Dou, B., Chen, F., Zheng, X., & He, Z. (2020). Public preference for electric vehicle incentive policies in China: a conjoint analysis, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 318.
- Lu, P., Hamori, S., Sun, L., & Tian, S. (2024). Does the electric vehicle industry help achieve sustainable development goals?—evidence from China. *Frontiers in Environmental Science*, 11, 1276382.
- Mock, P., & Yang, Z. (2014). Driving electrification: A global comparison of fiscal incentive policy for electric vehicles. *Technical Report*, The International Council of Clean Transportation (ICCT). Retrieved January 5, 2024 from https://theicct.org/sites/default/files/publications/ICCT_EV-fiscal-incentives_20140506.pdf
- OECD. (2022). *Consumption tax trends 2022*. Retrieved January 10, 2024 from <https://doi.org/10.1787/6525a942-en>
- Ökde, B. (2022). Differences between Turkey and EU countries on taxation policy for electric vehicles. *Journal of Accounting and Taxation Studies*, 15(2), 415-435.
- Presidential Decree No 287 (2018, 31 October). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/10/20181031M1-1.pdf>
- Presidential Decree No 2912 (2020, 29 August). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/08/20200830-1.pdf>
- Presidential Decree No 3471 (2021, 1 February). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/02/20210202-8.pdf>
- Presidential Decree No 4373 (2021, 12 August). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/08/20210813-11.pdf>
- Presidential Decree No 5096 (2022, 12 January). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/01/20220113-2.pdf>
- Presidential Decree No 6417 (2022, 23 November). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/11/20221124-2.pdf>
- Presidential Decree No 6885 (2023, 2 March). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/03/20230303-17.pdf>
- Presidential Decree No 7346 (2023, 6 July). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/07/20230707-11.pdf>
- Presidential Decree No 7803 (2023, 17 November). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/11/20231118-15.pdf>
- Republic of Turkey Ministry of Energy and Natural Resources (T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı). (2022). *Türkiye Ulusal Enerji Planı*. Retrieved January 8, 2024 from https://enerji.gov.tr/Media/Dizin/EIGM/tr/Raporlar/TUEP/T%C3%BCrkiye_Ulusal_Enerji_Plan%C4%B1.pdf
- Somuncu, A. (2022). Türkiye’de otomobil ve ticari araçlardan alınan özel tüketim vergisi ve motorlu taşıtlar vergisinin çevresel etki ve vergi adaleti bakımından değerlendirilmesi. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 9(2), 29-43.
- Statista. (2023). *Electric vehicles – Turkey*. Retrieved February 2, 2024 from <https://www.statista.com/outlook/mmo/electric-vehicles/turkey>

- Subekti, R., Iftinani, F. N., & Rahmawati, I. (2021, December). Tax policy of electric-based vehicles to realize human rights for a good environment in Indonesia. In *International Conference for Democracy and National Resilience (ICDNR 2021)*, 19-25.
- Sweden Ministry of the Environment. (2020). *Sweden's Long-Term Strategy for Reducing Greenhouse Gas Emissions*. Government Offices of Sweden: Stockholm, Sweden. Retrieved February 1, 2024 from https://unfccc.int/sites/default/files/resource/LTS1_Sweden.pdf
- Şenzybek, M., & Mock, P. (2019a). *Passenger car emissions in Turkey: A baseline analysis of current vehicle taxation policies in Turkey and their impact on new and used passenger cars*. Retrieved February 1, 2024 from https://theicct.org/wp-content/uploads/2021/06/Passenger_Car_Emissions_Turkey_20190329.pdf
- Şenzybek, M., & Mock, P. (2019b). *Türkiye'de CO₂ emisyonlarının ve yakıt tüketiminin azaltılmasına yardımcı bir politika aracı olarak Özel Tüketim Vergisi*. Retrieved February 27, 2024 from https://theicct.org/sites/default/files/publications/Registration_Tax_Turkey_TK_20190429.pdf
- Tietge, U., Dornoff, J., Mock, P., & Díaz, S. (2022). *CO₂ emissions from new passenger cars in Europe: Car manufacturers' performance in 2021*. Retrieved March 8, 2024 from <https://theicct.org/wp-content/uploads/2022/08/co2-new-passenger-cars-europe-aug22.pdf>
- Tilly, N., Yigitcanlar, T., Degirmenci, K., He, S., Loo, B., & Paz, A. (2025). Electric Vehicles and Sustainable Development Goals: A Multi-Level Governance Analysis. *Transport Policy*.
- Turkish Statistical Institute (Türkiye İstatistik Kurumu- TÜİK). (2023). *Sera gazı emisyon istatistikleri, 1990-2021*. Retrieved March 8, 2024 from <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Sera-Gazi-Emisyon-Istatistikleri-1990-2021-49672>
- Turkish Statistical Institute (Türkiye İstatistik Kurumu- TÜİK). (2024). *Trafiğe kayıtlı otomobillerin yakıt cinsine göre dağılımı, 20 Mart 2024*. Retrieved March 8, 2024 from <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Ulastirma-ve-Haberlesme-112>
- Ustabaş, A. (2014). Mikro ve makro etkileri yönünden elektrikli otomobiller (Türkiye ekonomisi örneği). *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 36(1), 269-291.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Retrieved June 22, 2025 from <https://docs.un.org/en/A/RES/70/1>
- U.S. Department of Energy, (2024). *Learn about the label*. Retrieved February 2, 2024 from <https://fueleconomy.gov/feg/Find.do?action=bt1#difference>
- Yang, Z., Slowik, P., Lutsey, N., & Searle, S. (2016). Principles for effective electric vehicle incentive design. International Council Clean Transportation. *White Paper*. Retrieved February 2, 2024 from https://static1.squarespace.com/static/58e8f58d20099ea6eb9ab918/t/5ea8a56ed787ea42dd2e7fea/1588110704676/ICCT_IZEV-incentives-comp_201606.pdf
- Yan, S. (2018) The economic and environmental impacts of tax incentives for battery electric vehicles in Europe. *Energy Policy*, 123, 53-63.
- Yuan, X., Liu, X., & Zuo, J. (2015), The development of new energy vehicles for a sustainable future: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 42, 298-305.
- Zarazua de Rubens, G., Noel, L., & Sovacool, B. K. (2018), Dismissive and deceptive car dealerships create barriers to electric vehicle adoption at the point of sale, *Nature Energy*, 3(6), 501-507.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

TURİST DENEYİMİNİN MEMNUNİYETE ETKİSİNDE YENİLİK ARAYIŞI, ALGILANAN RİSK VE DESTİNASYON İMAJININ ARACILIK ROLÜ*

THE ROLE OF NOVELTY SEEKING, PERCEIVED RISK, AND DESTINATION IMAGE IN THE EFFECT OF TOURIST EXPERIENCE ON SATISFACTION

Dr. Öğr. Üyesi Selda YORDAM DAĞISTAN¹

Prof. Dr. Burhan SEVİM²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, doğa temelli destinasyonları ziyaret eden turistlerin deneyimlerinin memnuniyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak ve bu ilişkide algılanan risk, yenilik arayışı ile destinasyon imajının aracılık rolünü incelemektir. Oluşturulan modelin test edilebilmesi için 1 Temmuz 2022-30 Ağustos 2022 tarihleri arasında Küre Dağları Milli Parkı'na gelen yerli ziyaretçiler arasında 401 kişiye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler istatistik paket programlarda analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara göre turist deneyiminin yenilik arayışı, algılanan risk, destinasyon imajı ve memnuniyet üzerinde doğrudan etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Destinasyon imajının da turist memnuniyeti üzerinde anlamlı etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, algılanan riskin ve destinasyon imajının turist deneyimi ile memnuniyet arasında aracılık rolünün olduğu tespit edilirken, yenilik arayışının bu ilişkide aracılık rolünün olmadığı belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre birtakım önerilerde bulunulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre birtakım önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Doğa Turizmi, Turist Davranışı, Milli Park.

JEL Sınıflandırma Kodları: L83.

ABSTRACT

The aim of the study is to reveal the effect of tourists' experiences on their satisfaction when visiting nature-based destinations and to examine the mediating role of perceived risk, novelty seeking, and destination image in this relationship. In order to test the model, a survey is conducted among 401 local visitors to Küre Mountains National Park between July 1, 2022 and August 30, 2022. The data obtained is analyzed using statistical software packages. According to the results obtained within the scope of the study, it is determined that tourist experience has a direct effect on novelty seeking, perceived risk, destination image and satisfaction. Destination image is also found to have a significant effect on tourist satisfaction. Furthermore, while perceived risk and destination image are found to mediate the relationship between tourist experience and satisfaction, novelty seeking is not found to mediate this relationship. Based on the findings, several suggestions are proposed.

Keywords: Nature Tourism, Tourist Behavior, National Park.

JEL Classification Codes: L83

* Bu çalışma Burhan SEVİM danışmanlığında Selda YORDAM DAĞISTAN tarafından hazırlanan ve 28.06.2024 tarihinde savunulan “Doğa Turizmi Deneyiminin Memnuniyete Etkisinde Yenilik Arayışı, Algılanan Risk ve Destinasyon İmajının Rolü” başlıklı doktora tezinden yararlanarak hazırlanmıştır. Çalışma için Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 11 sayılı ve 17/05/2022 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, syordam@kastamonu.edu.tr

²  Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, bsevim@kastamonu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The study aims to define how tourist satisfaction is impacted by their experience within the framework of experience theory. In addition, the mediating role of novelty seeking, perceived risk and destination image variables in this effect is examined.

Design/methodology/approach:

The research population consists of tourists visiting the Küre Mountains National Park. In the study, convenience sampling method, one of the non-random sampling methods, is preferred. Survey technique is used for data collection in the research. Oh et al., 2007 for the tourist experience scale, Jang and Feng (2007) for the novelty seeking scale, Corbitt et al., (2003) for the perceived risk scale, Lee and Lockshin (2011) for the destination image scale and Veasna et al., (2013) for the satisfaction scale are used. In order to test the validity of the scale structure of the research, a pilot study is conducted between April 20 and 22, 2022 with 20 people who has previously visited the canyons in the Küre Mountains National Park. As a result of the pilot study, it is determined that there are incomprehensible expressions in the questionnaire form. These statements are revised and the questionnaire is given its final form.

Findings:

As a result of the analysis, it is found that tourist experience has a positive effect on novelty seeking. As tourists' experience increases, their search for novelty also increases. Tourists' experiences have a negative effect on perceived risk. In other words, as tourists' experiences increase, perceived risks reduce. Another result of the study is that novelty seeking does not have a significant effect on satisfaction. Destination image has a highly significant positive effect on satisfaction. Tourist experience positively affects satisfaction. It is determined that novelty seeking does not mediate the effect of tourist experience on satisfaction. Perceived risk and destination image are found to mediate the relationship between tourist experience and satisfaction.

Conclusion and Discussion:

As a result of the analysis, it is found that tourist experience has a positive effect on novelty seeking. As tourists' experience increases, their search for novelty also increases. Novelty is often associated with push factors such as intrinsic drive, but it is also a pull factor that acts as a feature of the destination or experience (Blomstervik & Olsen, 2022). Şahin and Güzel (2018) concluded that the more tourists experience the local culture in the destination, the more likely they are to seek novelty. Tourists' experiences have a negative effect on perceived risk. In other words, as tourists' experiences increase, perceived risks reduce. In the related literature, there are findings that previous experiences reduce risk perception (Deng & Ritchie, 2018; Floyd et al., 2004; Kozak et al., 2007; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009). The results of the study support this information. Research results show that tourist experience positively affects destination image. Positive experiences positively strengthen the destination image. This finding is similar to the findings of studies in the literature (Prayag et al., 2017; Kim, 2018). Another result of the study is that novelty seeking does not have a significant effect on satisfaction. Related literature (Agustina & Artanti, 2020; Duman & Mattila, 2005; Goo et al., 2022) shows that novelty seeking significantly affects satisfaction. It is determined that perceived risk does not have a statistically significant effect on satisfaction. There are findings in the related literature (Chen et al., 2017; Nguyen Viet et al., 2020) that there is a negative relationship between perceived risk and satisfaction. Destination image has a highly significant positive effect on satisfaction. There are supporting findings that there is a relationship between destination image and tourist satisfaction (Albaity & Melhem, 2017; Bigne et al., 2001; Chi & Qu, 2008; Dagistan & Mısırlı, 2021; Prayag & Ryan, 2012). The results of the study support the findings in the literature. Tourist experience positively affects satisfaction. Studies on the relationship between tourist experience and satisfaction show that experience has a positive effect on satisfaction (Hosany & Witham, 2010; Mehmetoglu & Engen, 2011; Prayag et al., 2017). It is determined that novelty seeking does not mediate the effect of tourist experience on satisfaction. Kumbara et al., 2020 found that novelty seeking does not mediate the effect of tourist experience on revisit intention. In support of this finding, Mitas and Bastiaansen (2018) found that novelty has a partial mediating role in the effect of tourism experience on positive emotions. Perceived risk is found to mediate the relationship between tourist experience and satisfaction. Destination image has a mediating role in the relationship between tourist experience and satisfaction. Previous studies show that destination image mediates the relationship between experience and loyalty (Kim, 2018; Li et al., 2021; Yang et al., 2024). Research findings support these results.

1. GİRİŞ

Son yıllarda, deneyim kavramı pek çok disiplinin olduğu gibi turizm sektörünün de temel ilgi alanlarından biri hâline gelmiştir. Özellikle hizmet odaklı endüstrilerde, deneyimin ekonomik değer yaratmadaki rolü giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu bağlamda, turizm faaliyetlerinin turistlere yalnızca hizmet sunmakla kalmayıp, aynı zamanda unutulmaz ve anlamlı deneyimler sunması gerektiği düşüncesi daha fazla öne çıkmaktadır. Pine ve Gilmore (1998) deneyim ekonomisi teorisini ortaya atmış ve deneyimleri en üst düzey ekonomik sunu olarak kabul etmiştir. Deneyim ekonomisinin temel önermesi, tüketicilerin sadece ürün ve hizmet satın almaları değil, bunları tüketirken unutulmaz, duyuları harekete geçiren ve tatmin edici deneyim elde etmeleridir (Garrod ve Dowell, 2020). Deneyim ekonomisi çağında turistler, daha fazla çekici, duysal açıdan zengin, turizm faaliyetlerinde aktif olarak rol aldıkları ve turizm çekiciliklerine dahil oldukları yeni, benzersiz ve unutulmaz deneyimler aramaktadır (Chang vd., 2014; Kastenholz vd., 2022). Turizmde, yeni bir ortamdaki sıra dışı veya heyecan verici unsurlar ziyaretçinin seyahat deneyimlerini zenginleştirmektedir (Chang vd, 2006; Assaker vd., 2011).

Turizmin doğasında yeni veya günlük hayattan farklı bir şey deneyimlemek vardır (Lee ve Crompton, 1992). Yenilik, turizm deneyiminin temel bir bileşenidir (Mitas ve Bastiaansen, 2018). Yeniliğin olumlu turizm deneyimleri ve akılda kalıcı deneyimlerin oluşumundaki önemini ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır (Chandralal ve Valenzuela, 2015; Zhong vd., 2017; Bastiaansen vd., 2019). Turistlerin deneyimleri arttıkça yenilik arayışları artmaktadır (Şahin ve Güzel, 2018; Kumbara vd., 2020). Turistlerin yenilik arayışları, deneyimleri unutulmaz kılan, turistlerde tekrar ziyaret etme niyeti uyandıran ve tatil planlarken motive eden bir faktördür (Nguyen Viet vd., 2020; Tiwari vd., 2024). Turistler bir destinasyonu ziyaret etmek için yenilik arayışında olsalar bile aynı zamanda iyi bir imaja sahip olan destinasyonu ziyaret etmeyi tercih edebilir (Assaker vd., 2011). Turistler seyahat etmeye karar verdiklerinde, destinasyon seçimi aşamasında bilgi arayışı içerisinde olurlar ve genellikle geçmiş deneyimlerini hatırlarlar (Zhang vd., 2018). Turistlerin geçmiş deneyimleri olumlu yönde bireylerin risk algıları düşük olur ve memnuniyet düzeyleri buna bağlı olarak artış gösterir. Dolayısıyla turizm deneyimlerinin gelecekteki davranışların en iyi belirleyicileri olduğu savunulmaktadır (Chandralal vd., 2015).

Bu çalışmanın amacı, turistlerin Küre Dağları Milli Parkı'ndaki deneyimleri ile memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkide yenilik arayışı, algılanan risk ve destinasyon imajının aracı bir rol oynayıp oynamadığını belirlemektir. Milli park içerisinde bulunan Horma Kanyonu'nu 2020 yılı Temmuz ayında 6.465 turist ziyaret ederken (Akkuş ve Yordam, 2021), 2022 yılı Temmuz ayında bu sayı 3,5 kat artarak 20.464 turiste ulaşmıştır. Dolayısıyla her yıl artan ziyaretçi sayısı ile birlikte turistlerin deneyimleri ve memnuniyetleri arasındaki ilişkiyi araştırmak önem kazanmıştır. Pine ve Gilmore'ın (1998) deneyim ekonomisi teorisi bağlamında, turist deneyiminin memnuniyete etkisini inceleyen çalışmalar (Oh vd., 2007; Hosany ve Witham, 2010; Mehmetoglu ve Engen, 2011) bulunmakla birlikte yenilik arayışı, algılanan risk ve destinasyon imajının aracılık rolünü araştıran sınırlı sayıda çalışmanın (Chen ve Dubinsky, 2003; Kim, 2018; Şahin ve Güzel, 2018; Yang vd., 2024) olduğu görülmektedir. Bu çalışmada, bu değişkenlerin aracılık rolleri incelenerek, doğa temelli destinasyonlarda turist memnuniyeti ilişkilerinin nasıl şekillendiğine dair yeni ampirik kanıtlar sunulmaktadır. Ayrıca doğa temelli destinasyon olan Küre Dağları Milli Parkı özelinde yapılması, bu tür destinasyonlar için somut ampirik bulgular ortaya koyarak literatüre farklı bakış açıları kazandırmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın bu anlamda literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu başlık altında turist deneyimi, yenilik arayışı, algılanan risk, destinasyon imajı ve memnuniyet değişkenleri açıklanacaktır.

2.1. Turist Deneyimi

Deneyim kavramı 1960'lı yıllardan itibaren araştırma konusu haline gelmiştir (Uriely, 2005). Zihinsel, duygusal veya diğer şeylerden bağımsız olarak bir kişinin başından geçen her türlü şey deneyimi ifade etmektedir (Aho, 2001). Deneyim kavramı Holbrook ve Hirschman (1982) tarafından pazarlama literatürüne kazandırılmıştır. Holbrook ve Hirschman (1982) deneyim yaklaşımını kullanarak tüketicinin sembolik, hazcı ve estetik yönlerine odaklanmışlardır. Bu yaklaşımda deneyimler fanteziler, duygular ve eğlence ile ilişkilendirilmiştir.

Pine ve Gilmore (1998) deneyimin alanlarını katılım düzeyi (aktif ve pasif) ve etkilenme düzeyi (özümseme ve sarmalanma) olarak ikiye ayırmıştır. Aktif katılım, turistlerin performans veya etkinliğin oluşturulmasında kilit rol oynaması bir diğer ifadeyle deneyimin içinde bulunması, pasif katılım turistlerin bir etkinliğe gözlemci veya

dinleyici olarak katılmasıdır (Oh vd., 2007). Etkilenme düzeyi ise bireyin olayla ilişkisini tanımlamaktadır (Akkuş, 2021). Özümseme, insanlar zihin olarak deneyim içine dahil olduğunda ya da dikkatini verdiğinde gerçekleşirken, sarmalanma deneyiminin bir parçası haline geldiklerinde oluşmaktadır (Oh vd., 2007; Chang ve Lin, 2015). Katılım düzeyi ve etkilenme düzeyinin kesişmesi deneyimin dört alanını oluşturmaktadır. Bu alanlar; eğitim, eğlence, estetik ve kaçış olarak adlandırılmaktadır (Pine ve Gilmore, 1998).

Eğitim deneyimi, yeni şeyler öğrenme arzusu ve merak ile ilişkili olan deneyimin önemli bir yönüdür (Badu-Baiden, 2021). Zihni meşgul eder, bireyin ilgisini çeker ve kendi çevresi içinde ve dışında yeni şeyler öğrenme isteği uyandırır (Pine ve Gilmore, 1998). Estetik deneyim, deneyim ekonomisinin temel bileşeni olarak görülmekte ve diğer üç deneyim alanını şekillendirdiği düşünülmektedir (tom Dieck vd., 2018; Lai vd., 2021). Bu deneyim alanı, bireyin ortam üzerinde herhangi bir etkisi olmaksızın, kendini çevreleyen fiziksel ortamı kabul etmesi yani pasif katılım göstermesidir (Oh vd., 2007; Hosany ve Witham, 2010). Eğlence deneyimi, katılımcının etkinliklerde veya performanslarda gözlemci ya da dinleyici olarak yer almasıdır (Lee vd., 2020). Kaçış deneyimi ise katılımcının kendini tamamen bulunduğu çevreye bırakarak, farklı bir zamanda ya da yerde yaşıyormuş gibi hissetmesiyle rutin hayatının dışına çıkmasını ifade etmektedir (Quadri-Felitti ve Fiore, 2013; Lee vd., 2020). Deneyim boyutlarının orta noktasında “tatlı nokta” olarak ifade edilen bir alan bulunmaktadır (Pine ve Gilmore, 1998). Literatürde hoş nokta (Akkuş, 2021), zengin deneyim (Şahin, 2021) ve en etkili nokta (Koç, 2022) olarak da farklı isimlerle anılmaktadır. Tatlı nokta, deneyimin dört alanının özelliklerini taşıyan ve zengin deneyimlerin gerçekleştiği noktadır (Hosany ve Witham, 2010). Ayrıca, deneyim alanlarının birbiriyle uyum içinde olduğunda ortaya çıkmaktadır.

Turistler günlük yaşamlarından farklı ve yeni bir şeyler deneyimlemek istemektedir (Uriely, 2005; Koç, 2024). Turist deneyimleri işlevsel, bilişsel ve faydacı olmaktan ziyade daha çok sembolik, duygusal ve hedoniktir (Chen ve Chen, 2010). Stamboulis ve Skayannis (2003) turist deneyiminin destinasyonlar ve turistler arasındaki etkileşimden ortaya çıktığını ifade etmektedir. Turist deneyimi, uzun süreli hafızada yer edecek kadar güçlü, seyahatle ilgili geçmiş kişisel bir olaydır (Larsen, 2007).

2.2. Yenilik Arayışı

Yenilik, bireyin geçmiş deneyimleri ile mevcut algısı arasındaki zıtlık derecesidir (Pearson, 1970). Bu tanım, turistlerin seyahatlerinde yeni veya benzersiz bir şey denemek istedikleri anlayışına dayanmaktadır (Albaity ve Melhem, 2017). Yenilik, keşif, rahatlatma, yeni ve gündelik olandan farklı olan bir şeyin deneyimlenmesidir (Mitas ve Bastiaansen, 2018; Pratminingsih vd., 2025). Crompton’a (1979a) göre yenilik, yeni bir deneyimdir fakat yeni bir bilgi değildir. Bu yaklaşımda yenilik, hayatın rutininden kopma arzusuyla ilişkilendirilmektedir (Skavronskaya vd., 2020). Yenilik tanımlanırken yeni, merak, macera, farklı, benzersiz, alışılmadık ve olağan dışı gibi eş anlamlı kelimeler tanımlara dahil edilmektedir (Crompton, 1979b; Blomstervik ve Olsen, 2022;). Yenilik arayışı ise turistlerin seyahatleri boyunca yeni bir şey deneyimleme isteğidir (Toyama ve Yamada, 2012). Bir diğer ifadeyle yenilik arayışı, aşinalık arzusuna karşı koyan bir merak güdüsüdür (Jang ve Feng, 2007).

Yenilik arayışı, seyahat motivasyonunun temel bileşenidir ve destinasyon seçiminde önemli bir role sahiptir (Crompton, 1979b; Jang ve Feng, 2007). Bunun nedeni, yenilik arayışının turistlerde doğuştan var olmasıdır (Cohen, 1979). Turizmde yenilik arayışı, günlük çevreden farklı, benzersiz ve unutulmaz deneyimler arama eğilimleriyle ilgilidir (Blomstervik vd., 2021). Yenilik arayışı kültür turizm (Evren vd., 2020), kruvaziyer turizmi (Chua vd., 2015; Lee vd., 2017) ve toplantı turizmi (Ariffin, 2007) gibi birçok bağlamda incelenmiştir. Arslan vd. (2018) kültür turizmi ve doğa temelli turizm-bağlamında turistlerin yenilik arayışı davranışlarını incelemiş ve turistlerin bir sonraki seyahatlerinde aynı destinasyonu seçme ihtimalinin düşük olduğunu bulgulamıştır. Cohen (1972) ve Lee ve Crompton’a, (1992) göre, turistlerin farklı bir şey deneyimlemek amacıyla yeni kültürlerle, destinasyonlara ve turizm hizmetlerine ilgi duyması muhtemeldir.

2.3. Algılanan Risk

Risk, değerli bir şeyi kaybetme veya ileride bir zamanda kötü bir şey olma olasılığı olarak tanımlanmaktadır (Deng ve Ritchie, 2018). Algılanan risk kavramı ilk olarak Bauer (1960) tarafından ortaya atılmış ve tüketicilerin satın alma kararlarındaki belirsizlikler ve olumsuz sonuçlar olarak tanımlanmıştır (Dowling, 1986). Belirsizlikler, belirli bir eylemi gerçekleştirmenin sonuçlarına ilişkin bilgi eksikliğinden kaynaklanan korkudur. Olumsuz sonuçlar ise bir eylemi gerçekleştirirken ortaya çıkabilecek potansiyel sonuçlardır (Currás-Perez vd., 2017). Bu kavram, tüketici satın alma davranışının açıklanmasında önemli bir unsurdur.

Algılanan risk çeşitli boyutlarla değerlendirilmesi gereken karmaşık bir faktördür (Külter Demirgüneş ve Dağıstan, 2024). Algılanan riskin yapısını açıklamak veya farklı risk davranışlarını gruplandırmak için çeşitli risk kategorileri ortaya konmuştur (Maser ve Weiermair, 1998). Roselius (1971) algılanan riski, zaman riski, fiziksel risk, sosyal ve psikolojik risk ve finansal risk olarak dört grupta değerlendirmiştir. Jacoby ve Kaplan (1972) algılanan riski fiziksel risk, performans riski, sosyal risk, psikolojik risk ve finansal risk olmak üzere beş kategoride toplamıştır. Bazı araştırmacılar, bu kategoriye sağlık riski, siyasi istikrarsızlık ve terörizm riski (Sönmez ve Graefe, 1998b), memnuniyet riski ve ekipman riskini de (Cheron ve Ritchie, 1982; Roehl ve Fesenmaier, 1992) eklemiştir.

Turizmde risk algısı, seyahatle ilgili belirli hizmet ve ürünlerin satın alınması ve tüketilmesi halinde olumsuz, istenmeyen sonuçların ortaya çıkma olasılığıdır (Zhang vd., 2018). Turizmin yapısının soyut olması, üretildiği yerde tüketilmesi, deneyim odaklı olması ve belli bir standardının olmaması gibi nedenler seyahatlerin sonucunu belirsiz kılmakta ve turistlerin risk algılarının yüksek olmasına neden olmaktadır (Roehl ve Fesenmaier, 1992; Sirakaya ve Woodside, 2005). Risk ve güvenlik algıları turistlerin seyahat kararlarını etkileme ve değiştirme potansiyeline sahiptir (Sönmez ve Graefe, 1998a). Turist, bir destinasyonun risk ve güvenlik sorunlarına ilişkin önyargılı bir fikre sahipse, o destinasyonu ziyaret etmemektedir (Giusti ve Raya, 2019).

2.4. Destinasyon İmajı

İmaj, 1960'lı yıllardan başlayarak başta tüketici davranışları araştırmaları olmak üzere antropoloji, sosyoloji, coğrafya ve göstergebilim gibi çeşitli alanlarda kapsamlı bir şekilde incelenmiştir (Gibson vd., 2008; Jeong ve Kim, 2019). İmaj, bir turistin bir destinasyona ilişkin sahip olduğu inanç, fikir ve izlenimlerin toplamıdır (Crompton, 1979a). Destinasyon imajı ise turistlerin destinasyonun turizm altyapısı, misafirperverlik anlayışı, destinasyonun eşsiz kültürel çekiciliği gibi belirli özelliklerine ilişkin algısını ifade etmektedir (Pereira vd., 2022).

Destinasyon imajı potansiyel turistin seyahat davranışında ve karar verme sürecinde güçlü bir faktördür (Tapachai ve Waryszak, 2000). Potansiyel turistler, daha önce ziyaret etmedikleri bir destinasyon hakkında genellikle sınırlı bilgiye sahiptir. Bu bilgi genellikle medyadan ya da sosyal çevrelerinden edinilmekte ve sembolik bilgilerle sınırlı kalmaktadır (Um ve Crompton, 1992). Olumlu imaja sahip destinasyonların, turistler tarafından dikkate alınma ve seçilme olasılığının daha yüksektir (Bigné vd., 2001; Prayag, 2009; Foroudi vd., 2018). Bunun nedeni, turistlerin önemli bir kısmının seyahatlerine karar verirken destinasyon hakkındaki gerçek bilgilere değil, öznel yargılara güvenmesidir (Li vd., 2010; Jeong ve Kim, 2019). Dolayısıyla, turistlerin destinasyona yönelik algılanan imajının belirlenmesi önem arz etmektedir (Apak, 2023).

2.5. Memnuniyet

Oliver, (1980) bilişsel yaklaşıma göre memnuniyeti, tüketicinin performans ve karşılaştırma ölçütleri arasındaki uyuma verdiği tepki olarak tanımlamıştır. Abubakar ve Mavondo'ya (2014) göre memnuniyet, tüketicinin belirli bir satın alma işlemine ilişkin beklentilerinin karşılanma derecesini ifade eden öznel bir duygudur. Zulvianti vd. (2022) memnuniyeti, kişinin bir ürün ve hizmetin performansına (sonuçlarına) ilişkin izlenimi arasındaki karşılaştırmadan kaynaklanan memnuniyet veya hayal kırıklığı hissi olarak tanımlamıştır.

Turizm ve pazarlama literatüründe memnuniyeti tanımlamak için kullanılan yaygın yaklaşımlardan biri beklenti uyumsuzluk paradigmasıdır (Pizam ve Ellis, 1999; Baker ve Crompton, 2000). Beklenti-uyumsuzluk modeline göre, tüketiciler bir ürünle ilgili satın almadan önce beklentilere sahiptir. Ürün veya hizmet satın alındıktan ve kullanıldıktan sonra, sonuçlar beklentilerle karşılaştırılmaktadır (Oliver, 1980). Performans beklentiden yüksek olduğunda memnuniyet meydana gelirken, performans beklentiden düşük olduğunda memnuniyetsizlik yaşanmaktadır (Sangpikul, 2018).

Destinasyonlarda turist memnuniyetini sağlamak için turistin deneyim arayışına öncelik verilmesi gerektiği belirtilmektedir (Della Corte vd., 2015). Turist memnuniyeti, turistlerin seyahat öncesi beklentileri ile seyahat sonrası deneyimlerin kombinasyonudur (Chen ve Chen, 2010). Bu kavram, turistin seyahat deneyimiyle ilgili istek, beklenti ve ihtiyaçlarını yerine getirmesi sonucunda ortaya çıkan genel zevk veya memnuniyet derecesi olarak tanımlanmaktadır (Chen ve Tsai, 2007; Zulvianti vd., 2022).

2.6. Hipotezlerin Gelişimi

2.6.1. Turist Deneyimi ve Yenilik Arayışı İlişkisi

Turistlerin geçmiş deneyimleri yenilik arayışını tetikleyebilir. Bu noktada yeni destinasyonları ziyaret etmek, yeni kültürlerle ve yeni insanlarla tanışmak isteyebilirler. Bir seyahatin yeniliği, büyük ölçüde, deneyimin turistlerin günlük yaşamlarından ne kadar yabancı ve farklı olduğuna bağlıdır (Faison, 1977). Önceki çalışmalar, turistlerin yeni ve farklı deneyimleri memnuniyet eksikliğinden değil, önceki deneyimleriyle farklılık gösteren bir şey yaşamak istedikleri için seçme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır (Niininen vd., 2004; Bigné vd., 2009). Skavronskaya vd. (2020) unutulmaz turizm deneyimleri ile yenilik arasındaki bağlantıyı araştırmıştır. Şahin ve Güzel (2018) turistlerin yerel kültürel deneyimlerinin yenilik arayışını etkilediğini ortaya koymuşlardır. Turistler destinasyondaki yerel kültürü ne kadar çok deneyimlirse, yenilik arayışı motivasyonlarının artacağı sonucuna ulaşmışlardır. Kumbara vd. (2020) turist motivasyonu ve turist deneyiminin yenilik arayışı üzerinde anlamlı etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Buradan hareketle H₁ hipotezi geliştirilmiştir.

H₁: Turist deneyiminin yenilik arayışı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.6.2. Turist Deneyimi ve Algılanan Risk İlişkisi

Geçmiş deneyimlerin bireylerin seyahat risklerine ilişkin algılarını etkilediği kabul edilmektedir. Risk algıları geçmiş seyahat deneyimlerine ve öznel bilgilere göre değişmektedir (Sharifpour vd., 2013). Araştırmalar, geçmiş deneyimlerin bireyin risk algısını azaltabileceğini ortaya koymuştur (Sönmez ve Graefe, 1998a; Lepp ve Gibson, 2003; Floyd vd., 2004; Kozak vd., 2007). Turistler, gezginler ya da tüketiciler ne kadar tatmin edici deneyimler yaşarlarsa, risk algıları ve öznel kayıp olasılıklarının o kadar az olacağı öne sürülmektedir (Jin vd., 2016).

Rittichainuwat ve Chakraborty (2009) ve Fuchs ve Reichel (2011) destinasyonu ilk kez ziyaret edenler ile tekrar ziyaret edenler arasında önemli ölçüde risk algısının farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Deng ve Ritchie (2018) seyahat özelliklerinin (geçmiş deneyimler, tekrar ziyaret ve destinasyon seçimi) risk algısı üzerindeki etkisini incelemiştir. Seyahat deneyimi ve tekrar ziyaretlerin, sağlık riskleri dışındaki risk faktörlerini önemli ölçüde azalttığı sonucuna ulaşmışlardır. Lepp ve Gibson (2003) deneyimli turistlerin terörizm ve gıda güvenliği konularında daha az risk algıladıklarını tespit etmiştir. Benzer şekilde, Sönmez ve Graefe (1998b), deneyimin ve tekrar ziyaretin risk algısını azalttığını ve Kozak vd. (2007) ise gezginlerin deneyimleri arttıkça risk algılarının azaldığını tespit etmiştir. Buradan hareketle aşağıdaki hipotez öne sürülmüştür.

H₂: Turist deneyiminin algılanan risk üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.6.3. Turist Deneyimi ile Destinasyon İmajı İlişkisi

Deneyim, seyahat sırasında ve sonrasında imaj üzerinde etkili olan ana faktörlerden biridir ve ziyaretin yoğunluğuna veya gerçekleşen etkileşim düzeyine dayanmaktadır (Martín-Santana vd., 2017). Bir diğer ifadeyle, turistlerin destinasyonda yaşadıkları yoğun deneyimler destinasyon imajını etkileyebilir (Martín-Santana vd., 2017; Kim, 2018).

Zhou vd. (2023) kültürel miras turizmi bağlamında deneyim kalitesi, unutulmaz turizm deneyimleri, memnuniyet ve tekrar ziyaret niyet ilişkisini incelemiştir. Çalışmanın bulguları unutulmaz turizm deneyimlerinin destinasyon imajını pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Prayag vd. (2017) duygusal deneyimlerin (sevgi ve neşe) destinasyon imajını olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Benzer şekilde Kim (2018) unutulmaz turizm deneyiminin olumlu destinasyon imajı oluşumunu önemli ölçüde artırdığını göstermektedir. Bu bilgiler ışığında, turizm deneyiminin destinasyon imajını etkilemesi beklenmektedir. İlgili literatüre dayanılarak, H₃ hipotezi öne sürülmüştür.

H₃: Turist deneyiminin destinasyon imajı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.6.4. Yenilik Arayışı ile Memnuniyet İlişkisi

Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda yenilik arayışı içindeyse ve yaşadıkları deneyim beklentilerini karşılarsa, memnuniyet duygusu oluşur (Toyama ve Yamada, 2012). Bir diğer ifadeyle, yenilik seyahat motivasyonunun bir parçası olduğunda yüksek seviyedeki yeni deneyimler yüksek memnuniyet düzeyiyle sonuçlanır (Chua vd., 2015). Araştırmalar yenilik arayışı ile memnuniyet arasında pozitif ilişki olduğunu göstermektedir (Duman ve Mattila, 2005; Assaker vd., 2011; Toyama ve Yamada, 2012; Cheng vd., 2015; Chua

vd., 2015; Albaity ve Melhem, 2017; Lee vd., 2017; Agustina ve Artanti, 2020; Nguyen vd., 2020; Goo vd., 2022; Baltacı ve Cakici, 2023).

Nguyen vd. (2020) Vietnam'daki uluslararası ziyaretçilerin yenilik arayışı, memnuniyet ve davranışsal niyet arasındaki ilişkisini incelemiştir. Yenilik arayışının memnuniyet üzerinde pozitif etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Duman ve Mattila (2005), Chua vd. (2015), ve Lee vd. (2017) ise kruvaziyer turistlerin yenilik arayışlarının memnuniyet düzeylerini arttırdığını bulgulamıştır. Buradan hareketle aşağıdaki hipotez öne sürülmüştür.

H₄: Yenilik arayışının turist memnuniyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.6.5. Algılanan Risk ile Memnuniyet İlişkisi

İlgili literatür, turistlerin risk algısının memnuniyet üzerinde negatif yönlü etkisi olduğunu göstermektedir (Chen vd., 2017; Nguyen Viet vd., 2020; Chaudhary ve Islam, 2021; Mancı, 2022; Zhou vd, 2022). Chen vd. (2017), Myanmar'ı ziyaret eden turistlerin risk algılarının yükseldikçe memnuniyet düzeylerinin azaldığını tespit etmişlerdir. Benzer şekilde, Nguyen Viet vd. (2020) Vietnam'ı ziyaret eden turistlerin risk algılarının memnuniyet üzerinde negatif etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Özetle, araştırma bulguları, algılanan riskin azalması halinde memnuniyetin arttığını göstermektedir. Bu doğrultuda, H₅ hipotezi öne sürülmüştür.

H₅: Algılanan riskin memnuniyet üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.6.6. Destinasyon İmajı ile Memnuniyet İlişkisi

Destinasyon imajının turist memnuniyetini etkilemede kritik bir faktördür (Prayag, 2009). Destinasyon imajı ile turist memnuniyeti arasında bir ilişki olduğuna dair destekleyici bulgular mevcuttur (Bigné vd., 2001; Chi ve Qu, 2008; Prayag ve Ryan, 2012; Albaity ve Melhem, 2017; Dağıstan ve Mısırlı, 2021). Bigné vd. (2001) destinasyon imajı, algılanan kalite, memnuniyet ve davranışsal niyet ilişkisini ele aldığı çalışmalarında, imajın kalite ve memnuniyetin belirleyicisi olduğunu tespit etmişlerdir. Prayag (2009) destinasyon imajının memnuniyeti etkilediğini ortaya koymuştur. Assaker vd. (2011) ve Albaity ve Melhem (2017) ve yenilik arayışı, destinasyon imajı, memnuniyet ve tekrar ziyaret arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında imajın memnuniyet üzerinde olumlu etkisinin olduğu belirlemişlerdir. Bu doğrultuda H₆ hipotezi öne sürülmüştür.

H₆: Destinasyon imajının memnuniyet üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.6.7. Turist Deneyimi ile Memnuniyet İlişkisi

Turistler benzersiz ve olumlu bir turizm deneyimi yaşadıklarında, yüksek düzeyde memnuniyet duyarlar (Liu vd., 2023). Olumlu yönde yaşanan deneyimler güçlü anılara ve memnuniyete dönüşür. Araştırmalara bakıldığında, deneyimin memnuniyet üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu anlaşılmaktadır (Mehmetoglu ve Engen, 2011; Oral ve Çelik, 2013; Oral ve Çelik Yetim 2014; Lin ve Kuo, 2016; Buzlukçu vd., 2017; Akkuş ve Yordam, 2021; Şeker ve Unur, 2022; Gupta vd., 2023). Çalışmalar deneyimin farklı boyutlarının farklı bağlamlarda ziyaretçilerin genel memnuniyetini etkilediğini göstermektedir. Bu doğrultuda H₇ hipotezi öne sürülmüştür.

H₇: Turist deneyiminin memnuniyet üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.6.8. Turist Deneyimi ve Memnuniyet İlişkisinde Yenilik Arayışının Aracılık Rolü

Yenilik arayışının aracılık rolüne odaklanan çalışmaların (Mitas ve Bastiaansen, 2018; Şahin ve Güzel, 2018; Chark vd., 2020; Kumbara vd., 2020) nispeten daha az olduğu görülmektedir. Kumbara vd. (2020) turist deneyiminin tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisinde yenilik arayışının aracılık rolünü araştırmış ve anlamlı bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Diğer taraftan Mitas ve Bastiaansen (2018) turizm deneyiminin olumlu duygular üzerindeki etkisinde yeniliğin kısmi aracılık rolü olduğunu ortaya koymuştur. Şahin ve Güzel (2018) ise İstanbul ve Ankara'yı ziyaret eden turistlerin yerel kültür deneyimi, yenilik arayışı ve memnuniyet ilişkisini incelemiştir. Bu ilişkide yenilik arayışının deneyim ve memnuniyet arasında aracılık rolü olduğunu tespit etmiştir. Özetle, turist deneyimi ile yenilik arayışının ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda, yenilik arayışının turist deneyimi ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracılık etmesi öngörülmektedir. Buradan hareketle H₈ hipotezi ileri sürülmüştür.

H₈: Turist deneyimi ile memnuniyet arasındaki ilişkide yenilik arayışının aracılık etkisi vardır.

2.6.9. Turist Deneyimi ve Memnuniyet İlişkisinde Algılanan Riskin Aracılık Rolü

Algılanan riskin, turist deneyimi ve memnuniyet arasında aracı değişken rolü hâlâ tartışılmaktadır. İlgili literatürde, algılanan riskin düzenleyicilik rolüne ilişkin çalışmalar mevcuttur (Huy Tuu vd., 2011; Currás-Pérez ve Sánchez-García, 2012; Qalati vd., 2021). Araştırmalar turistlerin deneyimleri arttıkça risk algılarının azaldığını öne sürmektedir (Sönmez ve Graefe, 1998a; Lepp ve Gibson, 2003; Floyd vd., 2004; Kozak vd., 2007). Risk algısı azalan turistlerin memnuniyet seviyelerinin artması ön görülmektedir. Algılanan riskin aracılık rolüne ilişkin aşağıdaki hipotez öne sürülmüştür.

H₉: Turist deneyimi ile memnuniyet arasındaki ilişkide algılanan riskin aracılık etkisi vardır.

2.6.10. Turist Deneyimi ve Memnuniyet İlişkisinde Destinasyon İmajının Aracılık Rolü

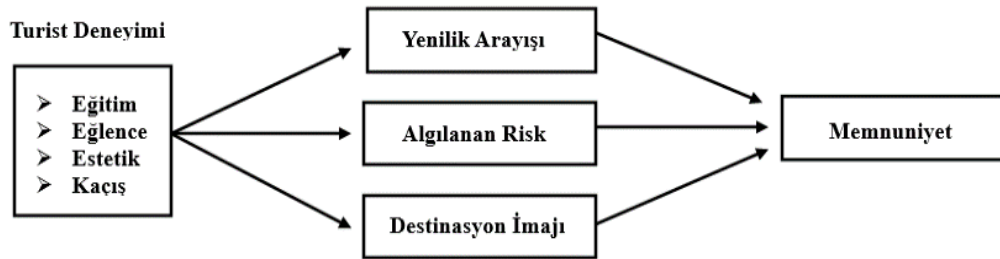
Destinasyon imajının potansiyel aracılık rolü birçok çalışmada ele alınmıştır (Chen vd., 2013; Veasna vd., 2013; Chew ve Jahari, 2014; Kani vd., 2017). Kim (2018) unutulmaz turizm deneyimlerinin sadakat davranışları üzerindeki etkisinde destinasyon imajı ve memnuniyetin aracılık etkilerini incelemiştir. Araştırma sonucunda destinasyon imajının unutulmaz turizm deneyimleri ile tekrar ziyaret niyeti ve ağızdan ağıza iletişim arasındaki ilişkide aracılık rolü olduğunu ortaya koymuştur. Li vd. (2021) ekoturizm bağlamında turist deneyiminin sadakat üzerindeki etkisinde destinasyon imajının dolaylı etkiye sahip olduğu tespit etmiştir. Bu bağlamda H₁₀ hipotezi geliştirilmiştir.

H₁₀: Turist deneyimi ile memnuniyet arasındaki ilişkide destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.

3. YÖNTEM

Hipotezlenen araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1. Hipotezlenen Araştırma Modeli



3.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini Küre Dağları Milli Parkı’nı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Milli park sınırları içerisinde Pınarbaşı, Azdavay ve Cide ilçeleri yer almaktadır. Ancak araştırmanın amacına uygun olarak doğa temelli destinasyonların seçilmesi sebebiyle Cide ilçesi araştırmaya dahil edilmemiştir. Araştırma evreni olarak Pınarbaşı ve Azdavay ilçelerinin seçilme sebebi Horma Kanyonu, Valla Kanyonu, Çatak Kanyonu ve Ilıca Şelalesi gibi birçok doğal çekiciliğe ev sahipliği yapmalarıdır. Azdavay Belediyesi, Pınarbaşı Belediyesi ve Pınarbaşı Kaymakamlığı’nın ilgili birimlerinden araştırmacı tarafından telefonla edinilen bilgilere göre; Horma Kanyonu, Valla Kanyonu, Çatak Kanyonu ve Ilıca Şelalesi’ni 01.07.2022-31.08.2022 tarihleri arasında ziyaret eden toplam kişi sayısı 64.383’tür. Nakip ve Yaraş (2017), örneklem hacminin değişken sayısının 5 katı kadar olmasının ideal olduğunu savunmaktadır. Cohen vd., (2007, s. 104) ile Ural ve Kılıç (2018, s. 43) 75.000 kişilik evren büyüklüğünde %95 güvenirlilik düzeyine göre 382 örneklemin yeterli olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

3.2. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Araştırmada veri toplama tekniklerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada iki bölümden oluşan anket formunun birinci bölümünde turist deneyimi, yenilik arayışı, algılanan risk, destinasyon imajı ve memnuniyet düzeyini belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Turist deneyimi ölçeği için Oh vd. (2007), yenilik arayışı ölçeği için Jang ve Feng (2007), algılanan risk ölçeği için Corbitt vd., (2003), destinasyon imajı ölçeği için Lee ve

Lockshin (2011) ve memnuniyet ölçeği için Veasna vd. (2013) çalışmalarından faydalanılmıştır. İfadeler için 5'li Likert şeklinde (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) derecelendirilmiştir. İkinci bölümde ise katılımcıların tanımlayıcı bilgilerine yönelik yedi soru yer almaktadır.

3.3. Veri Toplama Süreci

Araştırmada kullanılan ölçek ifadelerinin anlaşılır olup olmadığını tespit etmek için pilot çalışma yapılmıştır. Mevcut turizm araştırmalarına bakıldığında pilot çalışmanın 10-30 kişi arasında yapıldığı görülmektedir (Araşlı vd., 2019; Lai vd., 2021; Karatepe vd., 2022). Küre Dağları Milli Parkı'ndaki kanyonları daha önce ziyaret etmiş olan 20 katılımcı, araştırmanın ölçek yapısının geçerliliğini doğrulamak amacıyla 20-22 Nisan 2022 tarihleri arasında bir pilot çalışmaya katılmıştır. Pilot çalışma neticesinde anket formunda anlaşılmayan ifadeler olduğu tespit edilmiştir. Bu ifadeler revize edilerek ankete son hali verilmiştir. Araştırmanın nicel verileri 01.07.2022-31.08.2022 tarihleri arasında araştırmacı tarafından yüz yüze toplanmıştır. Araştırma kapsamında 450 ziyaretçiye anket uygulanmıştır. Eksik doldurulan anketlerin elenmesi sonucu 401 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Anketlerin yanıtlanma oranı %89'dur. Altınay ve Paraskevas (2008, s. 99) kabul edilebilir yanıtlanma oranının %15-20 olduğunu belirtmektedir. Bu kapsamda anketlerin yanıtlanma oranının yeterli olduğu görülmektedir. Araştırmanın uygulanması için Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan gerekli izin alınmıştır (Karar Tarihi: 17/05/2022, Karar sayısı: 11).

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen nicel verilerin analizinde yüzde, frekans, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri için SPSS programı, DFA ve yol diyagramı için AMOS programı, aracılık etkilerini tespit edebilmek için PROCESS Macro kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Katılımcıların tanımlayıcı bilgilerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

		Frekans	Yüzde (%)			Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	204	50,9	Medeni Durum	Bekâr	147	36,7
	Erkek	197	49,1		Evli	254	63,3
Yaş	18-25	55	13,7	Gelir Düzeyi	Gelirim yok	48	12,0
	26-35	119	29,7		1-5.550 TL	25	6,2
	36-45	99	24,7		5.501-10.000 TL	146	36,4
	46-55	81	20,2		10.001-15.000 TL	104	25,9
	56 ve üzeri	47	11,7		15.001-20.000 TL	37	9,2
	İlköğretim ve Altı	31	7,7		20.001 TL ve üzeri	41	10,2
Eğitim Düzeyi	Lise	87	21,7	Daha önce bu kanyonu kaç kez ziyaret ettiniz?	İlk Gelişim	256	63,8
	Ön lisans	55	13,7		1 defa	36	9,0
	Lisans	170	42,4		2 defa	42	10,5
	Lisansüstü	58	14,5		3 defa	26	6,5
Daha önce bu kanyonu ziyaret ettiniz mi?	Evet	145	36,2		4 defa	9	2,2
					5 ve üzeri	32	8,0

Katılımcıların cinsiyet dağılımları birbirine yakın olmakla birlikte kadınların biraz daha fazla olduğu (%50,9) tespit edilmiştir. Büyük çoğunluğunun (%63,3) evli ve (%42,4) lisans mezunu olduğunu görmektedir. Araştırmaya katılanların %24,7'sinin 36-45 yaş aralığında, %29,7'sinin ise 26-35 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %36'sının gelir düzeyinin 5.501-10.000 TL arasında olduğu belirlenmiştir. Kanyonu ziyaret edenlerin büyük bir kısmının (%60,8) ilk defa geldiği tespit edilmiştir. Daha önce kanyonu ziyaret edenlerin büyük çoğunluğunun da kanyonda iki kez ve üzeri bulunduğu görülmüştür.

4.1. Güvenirlik Analizi

Araştırmada incelenen değişkenlerin güvenilirlik düzeylerini tespit edebilmek için Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Nakip ve Yaraş'a (2017, s. 204) göre güvenilirlik katsayısının 0,60 üzerinde olması ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayıları incelendiğinde; turist deneyimi (eğitim boyutu 0,955, eğlence boyutu 0,895, kaçış boyutu 0,890 ve estetik boyutu 0,816) için 0,910, yenilik arayışı için 0,892, algılanan risk için 0,888, destinasyon imajı için 0,813 ve memnuniyet için 0,950 güvenilirlik katsayıları elde edilmiştir. Bu değerler araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

4.2. Normal Dağılım

Çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasında olduğunda, veri dağılımı normal dağılımı göstermektedir (Bayram, 2016, s.109). Eğitim boyutu (-1,280;1,198), estetik boyutu (-1,270; 0,619), eğlence boyutu (-1,208; 0,684), kaçış boyutu (-,634;-,527), yenilik arayışı (-,339; -,705), algılanan risk (1,394; 1,612), destinasyon imajı (-,938; 0,080) ve memnuniyetin (-1,416; 0,244) çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasındadır. Araştırma verilerine bakıldığında verinin normal dağılımı gösterdiği görülmektedir.

4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin faktör yükleri, ölçeklere ilişkin ortalama açıklanan varyans değeri (AVE) ve birleşik/yapı güvenilirliği değeri (CR) Tablo 2'de verilmiştir. Tabloda yer alan turist deneyimi ölçeğinin eğitim boyutu faktör yükleri 0,815-0,933; estetik boyutu faktör yükleri 0,535-0,792; eğlence boyutu faktör yükleri 0,722- 0,876; kaçış boyutu faktör yükleri 0,766- 0,860; yenilik arayışı ölçeğinin faktör yükleri 0,576- 0,819; destinasyon imajı ölçeğinin faktör yükleri 0,705-0,837; algılanan risk ölçeğinin faktör yükleri 0,643- 0,813 ve memnuniyet ölçeğinin faktör yükleri 0,861-0,903 arasındadır. Kozak (2017) faktör yükleri için eşik değerin 0,400 ve üzerinde olması gerektiğini önermektedir. Tabloda yer alan faktör yükleri incelendiğinde yeterli düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Ölçeklere İlişkin DFA Sonuçları

Değişkenler	Değişken Kodları	Standardize Edilmiş Faktör Yükleri	CR	AVE
Eğitim	EGT1	0,832	0,96	0,78
	EGT2	0,910		
	EGT3	0,882		
	EGT4	0,924		
	EGT5	0,933		
	EGT6	0,815		
Estetik	EST1	0,535	0,81	0,46
	EST2	0,677		
	EST3	0,728		
	EST5	0,792		
	EST6	0,632		
Eğlence	EGL1	0,826	0,90	0,64
	EGL2	0,764		
	EGL3	0,789		
	EGL4	0,876		
	EGL5	0,722		
Kaçış	KAC1	0,854	0,89	0,67
	KAC2	0,860		
	KAC3	0,793		
	KAC4	0,766		

Değişkenler	Değişken Kodları	Standardize Edilmiş Faktör Yükleri	CR	AVE
Yenilik Arayışı	YEN1	0,576	0,89	0,50
	YEN2	0,676		
	YEN3	0,737		
	YEN4	0,733		
	YEN5	0,711		
	YEN6	0,811		
	YEN7	0,819		
	YEN8	0,598		
Destinasyon İmajı	DI2	0,776	0,86	0,61
	DI3	0,820		
	DI4	0,837		
	DI5	0,705		
Algılanan Risk	AR1	0,643	0,88	0,56
	AR2	0,813		
	AR3	0,691		
	AR4	0,782		
	AR5	0,809		
	AR6	0,773		
Memnuniyet	MEM1	0,880	0,94	0,78
	MEM2	0,877		
	MEM3	0,893		
	MEM4	0,861		
	MEM5	0,903		

AVE değerinin 0,50 ve üzerinde olması, CR değerinin 0,70 ve üzerinde olması ölçeğin birleşim geçerliliğini sağladığını göstermektedir (Yıldız, 2020, s. 28). Tablo 2’de turist deneyimi ölçeği estetik boyutu hariç diğer değişkenlerin AVE ve CR değerlerinin istenilen aralıktadır. Ancak az sayıda ifade varsa AVE değeri düşük olabilir. Diğer güvenirlik ölçütleri yeterli olduğunda AVE değerinin 0,50’nin altına düşmesi olağan karşılanmaktadır (Fornell ve Larcker, 1981, s. 46). Estetik boyutu sözü edilen durumu karşıladığı için birleşim geçerliliğini sağladığı kabul edilmiştir.

Yapısal eşitlik modellemesinde (YEM) bazı uyum iyiliği değerlerine bakılmalıdır (Schumacker ve Lomax, 2004). Çalışmada χ^2/df , RMSEA, CFI, SRMR, IFI ve TLI uyum iyiliği değerleri Tablo 3’te raporlanmıştır. Tabloda yer alan değerler incelendiğinde, uyum iyiliği değerlerinin istenilen düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin DFA Uyum İyiliği İndeksleri

Değişkenler	χ^2/df	CFI	RMSEA	SRMR	IFI	TLI
Kabul Edilebilir Seviyeler	< 5	>0,90	<0,08	<0,10	>0,90	>0,90
DFA Uyum İyiliği İndeks Sonuçları	2,060	0,931	0,051	0,0836	0,931	0,926

Tablo 4’te ayrışım geçerliliğine ilişkin değerler yer almaktadır. Ölçekler arasında ayrışım geçerliliğini tespit etmek için Fornell ve Larcker’ın (1981) kriteri kullanılmıştır. Bu kriter, tablodaki değişkenlerin kesiştiği noktalardaki değerlerin, değişkenlerin ortalama varyansının karekökü olduğunu ifade etmektedir. Her bir değişkenin AVE karekökü, diğer değişkenlerin korelasyon kat sayısından büyük olmalıdır. Böylelikle ayrışım geçerliliğinin sağladığı söylenebilir (Fornell ve Larcker, 1981).

Tablo 4. Araştırma Modelinin Ayırışım Geçerliliği

	1	2	3	4	5
1-YA	0,712				
2-DI	-0,048	0,754			
3-MEM	0,264***	-0,228***	0,786		
4-AR	0,144*	-0,253***	0,785***	0,883	
5-TD	0,205**	-0,238***	0,669***	0,655***	0,701

YA= Yenilik Arayışı; DI= Destinasyon imajı; MEM= Memnuniyet; AR= Algılanan risk; TD= Turist deneyimi. * p < 0,050, ** p < 0,01, *** p < 0,001

Tablo 4'te yer alan turist deneyimi, yenilik arayışı, algılanan risk, destinasyon imajı ve memnuniyet değişkenlerinin bu kriteri sağladığı görülmektedir. Bu değerlere göre ölçeğin ayırışım geçerliliğini sağladığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5'te görülebileceği gibi araştırma hipotezlerinin dört tanesi (H₁, H₂, H₃ ve H₆) %1 anlamlılık düzeyinde, bir tanesi ise (H₇) %5 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiştir. Turist deneyiminin yenilik arayışı (0,228) ve memnuniyet (0,229) üzerinde zayıf düzeyde pozitif yönlü, algılanan risk (-0,250) üzerinde zayıf düzeyde negatif yönlü, destinasyon imajı üzerinde (0,678) orta düzeyde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu söylenebilir. Yapısal eşitlik katsayıları, turist deneyimindeki bir birimlik artışın; yenilik arayışı üzerinde 0,228 birimlik artışa, algılanan risk üzerinde -0,250 birimlik azalışa, destinasyon imajı üzerinde 0,678 birimlik artışa ve son olarak memnuniyet üzerinde 0,229 birimlik artışa neden olacağı söylenebilir.

Tablo 5. Doğrudan Etki Hipotezlerine İlişkin Sonuçlar

Hipotez	Yön (Path)	Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları	p	Açıklama Gücü (R ²)	Sonuç
H ₁	TD → YA	,228	***	0,052	Desteklendi
H ₂	TD → AR	-,250	***	0,063	Desteklendi
H ₃	TD → DI	,678	***	0,460	Desteklendi
H ₄	YA → MEM	-,063	,095	0,657	Desteklenmedi
H ₅	AR → MEM	-,063	,105		Desteklenmedi
H ₆	DI → MEM	,632	***		Desteklendi
H ₇	TD → MEM	,229	,001**		Desteklendi

Yenilik arayışı, algılanan risk ve destinasyon imajı değişkenlerinin memnuniyet üzerindeki etkisini belirlemek amacı ile geliştirilen hipotezlerden bir tanesi (H₆) %5 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiş, iki tanesi ise (H₄, H₅) reddedilmiştir. Destinasyon imajının memnuniyet (0,632) üzerinde orta düzeyde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu görülmüştür. Buna göre destinasyon imajındaki bir birimlik artışın memnuniyet üzerinde 0,632 birimlik artışa neden olacağı söylenebilir. Eşitliğin açıklama gücünün (R²) memnuniyet (R²: 0,657) ve destinasyon imajı (R²: 0,460) için orta düzeyde, yenilik arayışı (R²: 0,052) ve algılanan risk (0,063) için zayıf düzeyde olduğu görülmektedir.

4.4. Aracılık Testleri

Whetten (1989) bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkiyi tanımlamak için bu değişkenler arasında bir aracı değişkenin olması gerekliliğini öne sürmüştür. Bu doğrultuda çalışmada, aracılık hipotezlerini test etmek için Hayes (2018) tarafından geliştirilen PROCESS macro programından faydalanılmıştır. Aracılık etkisini test etmek için Hayes'in 4. Modeli (aracı etki modeli) seçilmiştir. İlk olarak bağımsız değişkenin aracı değişken üzerindeki etkisi, ikinci olarak aracı değişkenin bağımsız değişken modelde iken bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisi incelenmiştir. Dolaylı etkiden söz edebilmek için ULCI ve LLCI değerleri arasından 0 geçmemelidir. Bir diğer ifadeyle, bu iki değer ikisi ya pozitif olmalı ya da negatif olmalıdır (Araslı vd., 2019).

Tablo 6'da bootstrap testi ile (Dolaylı etki=0,001, Standart Hata=0,091, LLCI=-0,018, ULCI=0,017) yenilik arayışının turist deneyimi ve memnuniyet arasındaki ilişkide aracılık etkisi olmadığı tespit edilmiştir. ULCI ve

LLCI değerleri 0 içerdiğinden dolayı aracılık etkisi bulunmamaktadır. Bu doğrultuda H_8 hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 6. Yenilik Arayışının Turist Deneyimi ve Memnuniyet Üzerindeki Aracılık Etkisi

Bağımsız Değişken	Yenilik Arayışı				Memnuniyet			
	Katsayı	Standart Hata	t	p	Katsayı	Standart Hata	t	p
Turist Deneyimi	0,565	0,008	6,676	0,000	0,262	0,032	8,079	0,000
Yenilik Arayışı					0,001	0,018	0,097	0,922
Bootstrap test	Dolaylı etki= 0,001				LLCI: -0,018 ULCI: 0,017			

Tablo 7’de bootstrap testi ile (Dolaylı etki=0,016, Standart Hata=0,007, LLCI=0,004, ULCI=0,032) algılanan riskin turist deneyimi ve memnuniyet arasındaki ilişkide aracılık rolünü belirlemek için yapılan analiz sonucunda $p<0,001$ düzeyinde ve %95 güven aralığında dolaylı etkinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. İlk olarak turist deneyiminin (bağımsız değişken) algılanan riski (aracı değişken) etkilediği belirlenmiştir ($\beta=-0,199$, $t=-2,817$, $p<0,05$). Ardından algılanan risk ve turist deneyimi modelde iken memnuniyet (bağımlı değişken) ($\beta=-0,084$, $t=-3,958$, $p<0,05$) üzerine anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Dolaylı etkinin bootstrap test sonuçlarına göre [LLCI=0,004; ULCI=0,032] en yüksek ve en düşük güven aralığı değerleri “0” içermemektedir. Bu nedenle algılanan risk, turist deneyimi ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rol oynamaktadır. Bu doğrultuda H_9 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7. Algılanan Riskin Turist Deneyimi ve Memnuniyet Üzerindeki Aracılık Etkisi

Bağımsız Değişken	Algılanan Risk				Memnuniyet			
	Katsayı	Standart Hata	t	p	Katsayı	Standart Hata	t	p
Turist Deneyimi	-0,199	0,070	-2,817	0,005	0,246	0,030	8,079	0,000
Algılanan Risk					-0,084	0,021	-3,958	0,000
Bootstrap test	Dolaylı etki= 0,016				LLCI: 0,004 ULCI: 0,032			

Tablo 8’de bootstrap testi ile (Dolaylı etki=0,173, Standart Hata=0,007, LLCI=0,125, ULCI=0,228) destinasyon imajının turist deneyimi ve memnuniyet arasındaki ilişkide aracılık rolünü belirlemek için yapılan analiz sonucunda $p<0,001$ düzeyinde ve %95 güven aralığında dolaylı etkinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8. Destinasyon İmajı Turist Deneyimi ve Memnuniyet Üzerindeki Aracılık Etkisi

Bağımsız Değişken	Destinasyon İmajı				Memnuniyet			
	Katsayı	Standart Hata	t	p	Katsayı	Standart Hata	t	p
Turist Deneyimi	0,339	0,036	9,289	0,000	0,089	0,026	3,325	0,001
Destinasyon İmajı					0,510	0,033	15,267	0,000
Bootstrap test	Dolaylı etki= 0,173				LLCI: 0,125 ULCI: 0,228			

İlk olarak turist deneyiminin (bağımsız değişken) destinasyon imajını (aracı değişken) etkilediği belirlenmiştir ($\beta=0,339$, $t=9,289$, $p<0,05$). Ardından destinasyon imajının turist deneyimi modelde iken memnuniyet (bağımlı değişken) ($\beta=0,510$, $t=15,267$, $p<0,05$) üzerine anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Dolaylı etkinin bootstrap test sonuçlarına göre [LLCI=0,125; ULCI=0,228] en yüksek ve en düşük güven aralığı değerleri “0” içermemektedir. Bu nedenle destinasyon imajı, turist deneyimi ile memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rol oynamaktadır. Bu doğrultuda H_{10} hipotezi kabul edilmiştir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Deneyim teorisi bağlamında bu çalışma, turistlerin memnuniyetinin deneyimlerinden nasıl etkilendiğini incelemektedir. Ayrıca, algılanan risk, yenilik arayışı ve destinasyon imajı değişkenlerinin bu etkideki aracılık rolü araştırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda turist deneyiminin yenilik arayışı üzerinde pozitif yönde bir etkisi

sahip olduğu saptanmıştır. Turistlerin deneyimleri arttıkça yenilik arayışları da artmaktadır. Yenilik genellikle içsel dürtü gibi itici faktörlerle ilişkilendirilir, ancak aynı zamanda destinasyonun veya deneyimin bir özelliği olarak hareket eden bir çekme faktörüdür (Blomstervik ve Olsen, 2022). Şahin ve Güzel (2018) turistler destinasyondaki yerel kültürü ne kadar çok deneyimlirse, yenilik arayışlarının aynı oranda artacağı sonucuna ulaşmışlardır.

Turistlerin deneyimleri algılanan risk üzerinde negatif yönde bir etkiye sahiptir. Bir diğer ifadeyle, turistlerin deneyimleri arttıkça algılanan riskler azalmaktadır. İlgili literatürde, önceki deneyimlerin risk algısını azalttığına yönelik bulgular mevcuttur (Floyd vd., 2004; Kozak vd., 2007; Rittichainuwat ve Chakraborty, 2009; Deng ve Ritchie, 2018). Çalışmanın sonuçları bu bilgiyi destekler niteliktedir. Nitekim, Fuchs ve Reichel (2011) turistlerin olası risklere hazırlıklı olmak ve bunlarla başa çıkmak için çeşitli risk azaltma stratejileri uyguladıklarını belirtmiştir. Bunları, daha önce destinasyonları ziyaret etmiş kişilere danışmak, arkadaş ve akrabalarından bilgi almak, internetten bilgi aramak, destinasyon hakkında makaleler okumak ya da popüler bir destinasyon seçmek olarak belirtmiştir. Jarumaneerat (2022) bilgi arayışının risk azaltma stratejisi olarak yaygın şekilde kullanıldığını belirtmiştir. Arkadaş ve aile tavsiyeleri, yani ağızdan ağıza iletişim (WOM), hem turistler hem de genel tüketiciler için en etkili ve önemli bilgi kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir (Litvin vd., 2018). Dolayısıyla araştırma bulgularının literatürdeki bulgularla örtüştüğü söylenebilir.

Araştırma sonuçları turist deneyiminin destinasyon imajını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Olumlu deneyimler destinasyon imajını pozitif yönde güçlendirmektedir. Bu bulgu literatürdeki çalışmaların (Prayag vd., 2017; Kim, 2018) bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Baloglu ve McCleary (1999) ve Beerli ve Martin (2004) destinasyon imajını etkileyen faktörler arasında önceki deneyimlerin önemli bir rolü olduğunu savunmuşlardır. Dolayısıyla araştırma sonucunun literatürle benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Yenilik arayışının memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı araştırmanın bir diğer sonucudur. İlgili literatür (Duman ve Mattila, 2005; Agustina ve Artanti, 2020; Goo vd., 2022) yenilik arayışının memnuniyeti anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Bu noktada, bu çalışmanın bulguları literatürdeki mevcut bulgulardan farklılık göstermektedir. Bunun sebebi, turistlerin memnuniyete etki eden faktörleri, deneyimin yeniliğinden ziyade aşinalık, rahatlık ve güvenilirlikle ilişkilendirilmesiyle ilgili olabilir. Yenilik arayışının memnuniyet üzerindeki etkisi, yenilik arayanların farklı seviyeleri arasında önemli ölçüde değişebilir. Yüksek seviyede yenilik arayanlar öncelikle yeni ve benzersiz deneyimlerden memnuniyet duyarken, düşük seviyede yenilik arayanlar daha tanıdık ve öngörülebilir deneyimlerden memnuniyet duyabilir. Yüksek seviyede yenilik arayanlar yeni deneyimlere hızla adapte olabilirler, bu da ilk heyecanı azaltarak uzun vadeli memnuniyet üzerinde etkisini düşürebilir. Kısacası, yeni ve benzersiz deneyimler arayışı bazı bireyler için önemli olsa da çoğunluk için genel memnuniyeti etkileyen baskın bir faktör olmadığı söylenebilir.

Algılanan riskin memnuniyet üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. İlgili literatürde (Chen vd., 2017; Nguyen Viet vd., 2020) algılanan risk ile memnuniyet arasında negatif yönlü bir ilişki olduğuna dair bulgular mevcuttur. Ancak Sohn vd. (2016) çalışmasında turistlerin risk algılarının memnuniyet üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığını ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla turistlerin algıladıkları riskin, genel memnuniyet düzeylerini önemli ölçüde etkilemediği anlaşılmaktadır. Bu durumda, turistler belirli riskleri göz ardı edebilir veya risk algısı, memnuniyet üzerinde önemsiz hale gelebilir. Turistlerin yeni yerler keşfetme konusunda risk almaya istekli olmaları ya da doğal alanlarda ortaya çıkabilecek potansiyel riskleri kabul etmeleri ve bu riskleri deneyimlerinin bir parçası olarak kabul etmelerinden kaynaklanabilir.

Destinasyon imajının memnuniyet üzerinde yüksek düzeyde pozitif yönlü anlamlı etkisi vardır. Destinasyon imajı ile turist memnuniyeti arasında bir ilişki olduğuna dair destekleyici bulgular mevcuttur (; Bigné vd., 2001; Chi ve Qu, 2008; Prayag ve Ryan, 2012; Albaity ve Melhem, 2017; Dağıstan ve Mısırlı, 2021). Çalışma sonuçları literatürdeki bulguları desteklemektedir. Turistlerin destinasyona ilişkin olumlu imaj algıları beklentiye yükseltir. Bu beklentiler karşılandığında veya aşıldığında, turistlerde memnuniyet duygusu oluşur. Destinasyonun çekiciliği, güvenli ve temiz olması, verilen paranın karşılığının alınması memnuniyeti etkileyen faktörlerdir. Araştırmanın nitel bulguları, nicel bulguları şöyle açıklamaktadır. Turistlerin benzer destinasyonlarla karşılaştırma yapmaları ve Küre Dağları Milli Parkı'nda yer alan kanyonları benzersiz bulmaları memnuniyetlerini olumlu yönde etkilemiştir. Ayrıca Horma Kanyonu'ndaki yürüyüş parkurunun güvenli, orijinal yapıya sahip ve doğayla uyumlu olması memnuniyeti sağlayan diğer faktörlerdir.

Turist deneyimi memnuniyeti zayıf düzeyde pozitif yönde etkilemektedir. Turist deneyimi ve memnuniyet ilişkisini ele alan çalışmalar, deneyimin memnuniyet üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir (Hosany ve Witham, 2010; Mehmetoglu ve Engen, 2011; Prayag vd., 2017). Turist deneyiminin memnuniyet üzerindeki etkisinde yenilik arayışının aracılık etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Kumbara vd. (2020) turist deneyiminin tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisinde yenilik arayışının aracılık rolü olmadığını tespit etmişlerdir. Bu bulguyu destekler nitelikte, Mitas ve Bastiaansen (2018) turizm deneyiminin olumlu duygular üzerindeki etkisinde yeniliğin kısmi aracılık rolü olduğunu ortaya koymuştur. Yenilik arayışının aracılık rolü olmaması şöyle açıklanabilir. Yenilik arayışının turist memnuniyeti üzerindeki etkisi turistler arasında farklılıklar gösterebilir. Bazı turistler için yenilik, memnuniyetin birincil itici gücü iken, bazıları için aşinalık daha önemli bir rol oynayabilir. Doğal alanları ziyaret eden turistlerin deneyimlerinde ana motivasyon kaynağı yenilik arayışı olmayabilir. Bu durumda deneyim memnuniyeti etkileyebilir fakat yenilik arayışı bu ilişkiye aracılık etmeyebilir.

Turist deneyimi ile memnuniyet arasındaki ilişkide algılanan riskin aracılık rolü olduğu belirlenmiştir. Algılanan risk yüksek olduğunda beklenti düşebilir ancak yaşanan deneyim beklenenden daha güvenli ve keyifli olması halinde memnuniyet sağlanabilir. Bir diğer ifadeyle, turistler riskleri iyi yönetilmiş olarak algılar ve kendilerini güvende hissederlerse, deneyimden duydukları memnuniyet artar. Turistler tarafından algılanan riskin yüksek olması endişe ve stres gibi duygulara yol açarak deneyimden alınan genel keyfi azaltabilir. Fakat bu duygular olumlu deneyimler sonucunda memnuniyeti artırabilir.

Destinasyon imajının turist deneyimi ve memnuniyet arasındaki ilişkide aracı rolü olduğu belirlenmiştir. Yapılan çalışmalar, deneyim ile sadakat arasındaki ilişkide destinasyon imajının aracılık etkisine sahip olduğunu göstermektedir (Kim, 2018; Li vd., 2021; Yang vd., 2024). Araştırma bulguları bu sonuçları destekler niteliktedir. Destinasyon imajı, bilişsel ve duygusal değerlendirmeler sonucunda oluşur. Olumlu deneyimler hem destinasyon hakkındaki bilgiyi hem de turistlerin hissettiği duygusal baği geliştirebilir ve bu da memnuniyeti artırır.

Araştırma, Küre Dağları Milli Parkı içerisinde bulunan Horma Kanyonu, Valla Kanyonu ve Çatak Kanyonu'nu 01.07.2022-31.08.2022 tarihleri arasında ziyaret eden turistlerle sınırlandırılmıştır. Elde edilen bulgular bu üç kanyon özelinde geçerli olup, farklı coğrafi bölgelerdeki doğa temelli destinasyonlara doğrudan genellenemez. Kullanılan değişkenler de turist deneyimi, yenilik arayışı, algılanan risk, destinasyon imajı ve memnuniyet ile sınırlıdır. Araştırma verileri yalnızca iki aylık süreci kapsadığından dolayı, yılın farklı dönemlerine ilişkin turist davranışları göz ardı edilmiştir.

Gelecekteki Çalışmalara Yönelik Öneriler

Bu çalışma, turist deneyimlerinin memnuniyeti nasıl etkilediğini ve yenilik arayışı, algılanan risk ve destinasyon imajının bu ilişkiye nasıl aracılık ettiğini incelemiştir. Araştırma doğa turizmi destinasyonu olan Küre Dağları Milli Parkı'nda gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle gelecekteki çalışmalarda önerilen modelin farklı turizm türleri, özellikle ekoturizm, macera turizmi ve kırsal turizm gibi doğa temelli alanlarda test edilmesi önerilmektedir. Bu turizm türlerinin seçilme nedeni, turistlerin doğayla etkileşim düzeyinin yüksek ve deneyim odaklı yapılarının olmasıdır. Örneğin, macera turizmi, belirsizlik ve risk unsurlarının daha belirgin olduğu bir tür olup, algılanan riskin deneyim üzerindeki etkisini değerlendirmek açısından elverişli bir araştırma alanı sunmaktadır (Aylan, 2021). Kırsal turizm ise turistlere yerel yaşamı deneyimleme ve doğal çevreyle bütünleşme imkânı sunduğu için, turist deneyimi ile hatırlanabilirlik ve davranışsal niyet gibi değişkenler arasında anlamlı ilişkilerin ortaya çıkabileceği bir bağlam sunmaktadır (Loureiro, 2014). Bu bağlamda söz konusu turizm türleri, çalışmada önerilen modelin farklı bağlamlarda sınanarak genellenebilirliğinin test edilmesine ve karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesine olanak tanıyabilir.

Ayrıca turistlerin deneyimlerinin memnuniyete etkisinde seyahat motivasyonu ve bireysel özellikler (örneğin kişilik yapısı, önceki seyahat deneyimi) önemli rol oynayabilir. Çünkü turist deneyimi öznel bir süreçtir ve her birey destinasyonları farklı algılar ve değerlendirir. Örneğin, dışa dönük bireyler yeni deneyimlere daha açıkken, riskten kaçınan bireyler daha temkinli davranabilir (Plog (1974), bu da deneyim algılarını ve memnuniyet düzeylerini etkileyebilir. Benzer şekilde, seyahat motivasyonları turistlerin deneyimden beklentilerini şekillendirir ve bu beklentilerle yaşanan deneyim arasındaki uyum, memnuniyet düzeyini doğrudan etkileyebilir. Bu nedenle, gelecekteki çalışmalarda turist deneyimi ile memnuniyet ilişkisinde bireysel ve motivasyonel faktörlerin aracılık veya düzenleyicilik etkisi incelenebilir.

Yoğun turist sayısına sahip turistik noktalarda taşıma kapasitesi önemlidir. Taşıma kapasitesi, çevreye zarar vermeden ve ziyaretçi memnuniyetini azaltmadan tolere edilebilecek maksimum ziyaretçi sayısıdır (Li vd., 2021). Gelecekteki araştırmacılar taşıma kapasitesinin turist deneyimleri üzerindeki etkisini inceleyebilir.

Sektöre Yönelik Öneriler

Doğa temelli destinasyonlarda ziyaretçilerin duysal, estetik ve etkileşim temelli deneyimlerini artıracak uygulamalar teşvik edilmelidir. Horma Kanyonu, Valla Kanyonu ve Çatak Kanyonu'nda parkurlar üzerine bilgilendirici tabelalar konulabilir. Tabelalarda o bölgenin flora ve faunası hakkında bilgiler yer alabilir. Böylelikle kanyonları ziyaret eden turistlerin bilgi edinerek destinasyondan ayrılması, deneyimlerini unutulmaz kılmada önemli rol oynayabilir.

Kanyonlarda mevcut taşıma kapasitesi belirlenmelidir. Yoğun ziyaretçi sayısı güvenlik riskleri oluşturabileceği gibi turistlerin memnuniyetsizliğine de yol açabilir. Dolayısıyla turist sayısının yoğun olduğu tarihler dikkate alınarak zaman sınırının uygulanması ya da parkur içerisine belirli sayıda turist kabul edilmesi çevresel, fiziksel ve sosyal taşıma kapasitesi açısından önem arz etmektedir.

Turistler bir destinasyonu ziyaret etmeden önce yüksek risk algısına sahip olabilirler. Ziyaret edecekleri destinasyonla ilgili bilgi sahibi olmaları risk seviyesini azaltabilir. Turistlerin bilgi sahibi olmaları için yerel yöneticilerin ve sivil toplum kuruluşlarının kanyonlarla ilgili hazırlayacağı kısa videoların sosyal medya ve web siteleri üzerinde yayınlanması ve bunların güncel tutulması sağlanmalıdır. Ayrıca, turistlere kanyonu ziyaret etmeden önce kanyonlar hakkında genel bilgiler (tarihi, coğrafî, yapım aşaması vb.) içeren bilgilendirici videolar izletilmesi, deneyim alanlarından biri olan eğitimin artmasına ve risk algılarının azalmasına katkı sağlayarak turistlerin memnuniyetlerini artırabilir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Çalışmaya birinci yazar %75 oranında, ikinci yazar %25 oranında katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Abubakar, B. ve Mavondo, F. (2014). Tourism antecedents to customer satisfaction and positive word-of-mouth. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(8), 833-864. <https://doi.org/10.1080/19368623.2013.796865>
- Agustina, R. P. ve Artanti, Y. (2020). The role of satisfaction as a mediating variable on the effects of novelty seeking and familiarity on tourist revisit intention. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(2), 88-96. <https://doi.org/10.14710/dijb.3.2.2020.88-96>
- Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience process in tourism. *Tourism Review*, 56(3/4), 33-37.
- Akkuş, Ç. ve Yordam, S. (2021). Rekreasyon deneyimi, memnuniyet ve çevreye duyarlı davranış ilişkisi: Horma Kanyonu örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 15-28.
- Akkuş, G. (2021). *Turizm Deneyimlerinden Deneyimsel Turizme*. Kriter Yayınları.
- Albaity, M. ve Melhem, S. B. (2017). Novelty seeking, image, and loyalty—The mediating role of satisfaction and moderating role of length of stay: International tourists' perspective. *Tourism Management Perspectives*, 23, 30-37. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.04.001>
- Altınay, L. ve Paraskevas, A. (2008). *Planning research in hospitality and tourism*. Routledge.

- Arasli, H., Arici, H. E. ve Çakmakoglu Arici, N. (2019). Workplace favouritism, psychological contract violation and turnover intention: Moderating roles of authentic leadership and job insecurity climate. *German Journal of Human Resource Management: Zeitschrift Für Personalforschung*, 33(3), 197-222. <https://doi.org/10.1177/2397002219839896>
- Ariffin, A. A. M. (2007). Understanding novelty-seeking behavior in meeting tourism: A measurement development approach. *Event Management*, 11(4), 179-190. <https://doi.org/10.3727/152599508785899901>
- Arslan, A., Yılmaz, Ö. ve Boz, H. (2018). Destinasyon seçiminde yenilik arama davranışı. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 29-40. <https://doi.org/10.5505/pausbed.2018.58058>
- Apak, Ö. C. (2023). Destinasyon imajının destinasyon aidiyetine etkisi: İzmir ilini ziyaret edenler üzerine bir araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 10(1), 69-84.
- Assaker, G., Vinzi, V. E. ve O'Connor, P. (2011). Examining the effect of novelty seeking, satisfaction, and destination image on tourists' return pattern: A two factor, non-linear latent growth model. *Tourism Management*, 32(4), 890-901. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.08.004>
- Aylan, F. K. (2021). Macera turizminin görsel haritalama tekniğiyle bibliyometrik analizi: Web of Science veri tabanı incelemesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(3), 496-517. <https://doi.org/10.24010/soid.876074>
- Badu-Baiden, F. (2021). *Memorable local food tourism experiences and their effects on attitudinal and behavioral consequences* [PhD Thesis]. Hong Kong Polytechnic University.
- Baker, D. A. ve Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Baloglu, S. ve McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Baltacı, M. ve Cakici, A. C. (2023). Have the Liminoid Behavior and Novelty Seeking an Effect on Tourist Satisfaction?. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 13(24), 1-28.
- Bastiaansen, M., Lub, X. D., Mitas, O., Jung, T. H., Ascensão, M. P., Han, D.-I., Moilanen, T., Smit, B. ve Strijbosch, W. (2019). Emotions as core building blocks of an experience. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(2), 651-668. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2017-0761>
- Bayram, N. (2016). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş AMOS uygulamaları*. Ezgi Kitabevi.
- Beerli, A. ve Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.010>
- Bigné, J. E., Sanchez, I. ve Andreu, L. (2009). The role of variety seeking in short and long run revisit intentions in holiday destinations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 103-115. <https://doi.org/10.1108/17506180910962113>
- Bigné, J. E., Sanchez, M. I. ve Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
- Blomstervik, I. H. ve Olsen, S. O. (2022). Progress on novelty in tourism: An integration of personality, attitudinal and emotional theoretical foundations. *Tourism Management*, 93, 104574. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104574>

- Blomstervik, I. H., Prebensen, N. K., Campos, A. C. ve Pinto, P. (2021). Novelty in tourism experiences: the influence of physical staging and human interaction on behavioural intentions. *Current Issues in Tourism*, 24(20), 2921–2938. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1854197>
- Buzlukçu, C., Oflaz, M., Köroğlu, A. ve Avcıkurt, C. (2017). Yaşayan müze ziyaretçilerinin algıladıkları deneyimsel değer, memnuniyet düzeyleri ve davranışsal niyetleri ilişkisinin incelenmesi. *Avrasya Bilimler Akademisi Sosyal Bilimler Dergisi*, (Özel Sayı), 109-125.
- Chandralal, L., Rindfleish, J. ve Valenzuela, F. (2015). An Application of Travel Blog Narratives to Explore Memorable Tourism Experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(6), 680-693. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.925944>
- Chandralal, L. ve Valenzuela, F.-R. (2015). Memorable tourism experiences: Scale development. *Contemporary Management Research*, 11(3).
- Chang, J., Wall, G. ve Chu, S.-T. T. (2006). Novelty seeking at aboriginal attractions. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 729-747.
- Chang, L.-L., F. Backman, K. ve Chih Huang, Y. (2014). Creative tourism: A preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 401-419. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>
- Chang, S.-H. ve Lin, R. (2015). Building a total customer experience model: Applications for the travel experiences in Taiwan's creative life industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 438-453. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.908158>
- Chark, R., Lam, L. W. ve Fong, L. H. N. (2020). Morning larks travel more than night owls? Chronotypical effect on travel frequency through novelty seeking. *Tourism Management*, 77, 104035. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104035>
- Chaudhary, M. ve Islam, N. U. (2021). Impact of perceived risk on tourist satisfaction and future travel intentions: A mediation–moderation analysis. *Global Business Review*, 097215092110362. <https://doi.org/10.1177/09721509211036270>
- Chen, C.-F. ve Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Chen, C.-F. ve Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Chen, J. V., Htaik, S., Hiele, T. M. ve Chen, C. (2017). Investigating international tourists' intention to revisit Myanmar based on need gratification, flow experience and perceived risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(1), 25-44. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1133367>
- Chen, P.-J., Hua, N. ve Wang, Y. (2013). Mediating perceived travel constraints: The role of destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), 201-221. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.774914>
- Chen, Z. ve Dubinsky, A. J. (2003). A conceptual model of perceived customer value in e-commerce: A preliminary investigation. *Psychology & Marketing*, 20(4), 323-347. <https://doi.org/10.1002/mar.10076>
- Cheng, T., Chang, S. ve Dai, Z.-P. (2015). The mediating effect of situation involvement of novelty seeking and satisfaction for Yanshuei Fireworks Festival in Taiwan. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 154-167. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-10-2014-0084>

- Cheron, E. J. ve Ritchie, J. R. B. (1982). Leisure activities and perceived risk. *Journal of Leisure Research*, 14(2), 139-154. <https://doi.org/10.1080/00222216.1982.11969511>
- Chew, E. Y. T. ve Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, 382-393. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.008>
- Chi, C. G.-Q. ve Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>
- Chua, B.-L., Lee, S., Goh, B. ve Han, H. (2015). Impacts of cruise service quality and price on vacationers' cruise experience: Moderating role of price sensitivity. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 131-145. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.10.012>
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 164-182.
- Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18-35. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90092-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90092-6)
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (Sixth ed.). Routledge.
- Corbitt, B. J., Thanasankit, T. ve Yi, H. (2003). Trust and e-commerce: A study of consumer perceptions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2(3), 203-215. [https://doi.org/10.1016/S1567-4223\(03\)00024-3](https://doi.org/10.1016/S1567-4223(03)00024-3)
- Crompton, J. L. (1979a). An Assessment of the Image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-23.
- Crompton, J. L. (1979b). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Currás-Perez, R., Ruiz, C., Sanchez-Garcia, I. ve Sanz, S. (2017). Determinants of customer retention in virtual environments. The role of perceived risk in a tourism services context. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 21(2), 131-145. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2017.07.002>
- Currás-Pérez, R. ve Sánchez-García, I. (2012). Satisfaction and loyalty to a website: The moderating effect of perceived risk. *EsicMarket Economic and Business Journal*, 141, 183-207.
- Dağıstan, M. T. ve Mısırlı, I. (2021). Destinasyon imajı ve ziyaretçi memnuniyetinin destinasyon aidiyeti üzerine etkisi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 537-567. <https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.83998>
- Della Corte, V., Sciarelli, M., Cascella, C. ve Del Gaudio, G. (2015). Customer satisfaction in tourist destination: The case of tourism offer in the city of Naples. *Journal of Investment and Management*, 4(1-1), 39-50.
- Deng, R. ve Ritchie, B. W. (2018). International university students' travel risk perceptions: An exploratory study. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 455-476. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1142939>
- Dowling, G. R. (1986). Perceived risk: The concept and its measurement. *Psychology & Marketing*, 3(3), 193-210.
- Duman, T. ve Mattila, A. S. (2005). The role of affective factors on perceived cruise vacation value. *Tourism Management*, 26(3), 311-323. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.014>

- Evren, S., Şimşek Evren, E. ve Çakıcı, A. C. (2020). Moderating effect of optimum stimulation level on the relationship between satisfaction and revisit intention: The case of Turkish cultural tourists. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(4), 681-695. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-03-2019-0052>
- Faison, E. W. (1977). The neglected variety drive: A useful concept for consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 172-175.
- Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L. ve Thapa, B. (2004). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 19-38. https://doi.org/10.1300/J073v15n02_02
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Foroudi, P., Akarsu, T. N., Ageeva, E., Foroudi, M. M., Dennis, C. ve Melewar, T. C. (2018). Promising the dream: Changing destination image of London through the effect of website place. *Journal of Business Research*, 83, 97-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.003>
- Fuchs, G. ve Reichel, A. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. Repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32(2), 266-276. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.012>
- Garrod, B. ve Dowell, D. (2020). Experiential marketing of an underground tourist attraction. *Tourism and Hospitality*, 1(1), 1-19. <https://doi.org/10.3390/tourhosp1010001>
- Gibson, H. J., Qi, C. X. ve Zhang, J. J. (2008). Destination image and intent to visit China and the 2008 Beijing Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 22(4), 427-450. <https://doi.org/10.1123/jsm.22.4.427>
- Giusti, G. ve Raya, J. M. (2019). The effect of crime perception and information format on tourists' willingness/intention to travel. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 101-107. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.10.003>
- Goo, J., Huang, C. D., Yoo, C. W. ve Koo, C. (2022). Smart tourism technologies' ambidexterity: Balancing tourist's worries and novelty seeking for travel satisfaction. *Information Systems Frontiers*, 24(6), 2139-2158. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10233-6>
- Gupta, S., Nath Mishra, O. ve Kumar, S. (2023). Tourist participation, well-being and satisfaction: The mediating roles of service experience and tourist empowerment. *Current Issues in Tourism*, 26(16), 2613-2628. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2091429>
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.
- Holbrook, M. B. ve Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Hosany, S. ve Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364. <https://doi.org/10.1177/0047287509346859>
- Huy Tuu, H., Ottar Olsen, S. ve Thi Thuy Linh, P. (2011). The moderator effects of perceived risk, objective knowledge and certainty in the satisfaction-loyalty relationship. *Journal of Consumer Marketing*, 28(5), 363-375. <https://doi.org/10.1108/07363761111150017>

- Jacoby, J. ve Kaplan, L. (1972). The components of perceived risk. *Advances in Consumer Research*, 3, 382-393.
- Jang, S. S. ve Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism Management*, 28(2), 580-590. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.024>
- Jarumaneerat, T. (2022). Segmenting international tourists based on the integration of travel risk perceptions and past travel experience. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(2), 508-538. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1891596>
- Jeong, Y. ve Kim, S. (2019). Exploring a suitable model of destination image: The case of a small-scale recurring sporting event. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(5), 1287-1307. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0441>
- Jin, N. (Paul), Line, N. D. ve Merkebu, J. (2016). The impact of brand prestige on trust, perceived risk, satisfaction, and loyalty in upscale restaurants. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(5), 523-546. <https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1063469>
- Kani, Y., Aziz, Y. A., Sambasivan, M. ve Bojei, J. (2017). Antecedents and outcomes of destination image of Malaysia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 89-98. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.05.001>
- Karatepe, O. M., Hsieh, H. ve Aboramadan, M. (2022). The effects of green human resource management and perceived organizational support for the environment on green and non-green hotel employee outcomes. *International Journal of Hospitality Management*, 103, 103202. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103202>
- Kastenholz, E., Cunha, D., Eletxigerra, A., Carvalho, M. ve Silva, I. (2022). The experience economy in a wine destination—Analysing visitor reviews. *Sustainability*, 14(15), 9308. <https://doi.org/10.3390/su14159308>
- Kim, J.-H. (2018). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856-870. <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>
- Koç, D. E. (2022). *Turist rehberi başarımının unutulmaz turizm deneyimleri ve tekrar ziyaret niyeti üzerine etkisi* [Doktora Tezi]. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Koç, D. E. (2024). The effect of tourist guide performance on memorable tourism experience and revisit intention. C. Tanrısever, H. Pamukçu ve A. Sharma (Ed.), *Future tourism trends volume 1: Tourism in the changing world* içinde (s. 145-170) Emerald Publishing.
- Kozak, M., Crotts, J. C. ve Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242. <https://doi.org/10.1002/jtr.607>
- Kozak, M. (2017). Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri. (3. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Kumbara, V. B., Afuan, M. ve Putra, R. B. (2020). Influence of motivation tourist and tourist experience interest to tourists visit back to tourism in west sumatra: Seeking novelty mediation as variable. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(1), 182-194. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i1.645>
- Külter Demirgüneş, B. ve Dağıstan, M. T. (2024). Yenilik arayışı ve algılanan risk faktörlerinin davranışsal sonuçlar üzerindeki etkilerinin belirlenmesi: Online alışveriş siteleri üzerine bir uygulama. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 3(1), 29-46.

- Lai, I. K. W., Liu, Y. ve Lu, D. (2021). The effects of tourists' destination culinary experience on electronic word-of-mouth generation intention: The experience economy theory. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(3), 231-244. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1851273>
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18. <https://doi.org/10.1080/15022250701226014>
- Lee, S., Chua, B.-L. ve Han, H. (2017). Role of service encounter and physical environment performances, novelty, satisfaction, and affective commitment in generating cruise passenger loyalty. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(2), 131-146. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1182039>
- Lee, S., Jeong, E. ve Qu, K. (2020). Exploring theme park visitors' experience on satisfaction and revisit intention: a utilization of experience economy model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(4), 474-497. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1691702>
- Lee, T.-H. ve Crompton, J. (1992). Measuring novelty seeking in tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 732-751. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90064-](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90064-)
- Lee, R. ve Lockshin, L. (2011). Halo effects of tourists' destination image on domestic product perceptions. *Australasian Marketing Journal*, 19, 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2010.11.004>
- Lepp, A. ve Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606-624. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00024-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00024-0)
- Li, M., Cai, L. A., Lehto, X. Y. ve Huang, J. (Zhuowei). (2010). A missing link in understanding revisit intention—The role of motivation and image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4), 335-348. <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.481559>
- Li, T. T., Liu, F. ve Soutar, G. N. (2021). Experiences, post-trip destination image, satisfaction and loyalty: A study in an ecotourism context. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100547. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.10054>
- Lin, C.-H. ve Kuo, B. Z.-L. (2016). The behavioral consequences of tourist experience. *Tourism Management Perspectives*, 18, 84-91. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.017>
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. ve Pan, B. (2018). A retrospective view of electronic word-of-mouth Fin hospitality and tourism management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 313-325. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.01>
- Liu, L., Zhou, Y. ve Sun, X. (2023). The impact of the wellness tourism experience on tourist well-being: The mediating role of tourist satisfaction. *Sustainability*, 15(3), 1872. <https://doi.org/10.3390/su15031872>
- Loureiro, S. M. C. (2014). The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 1-9.
- Mancı, A. R. (2022). Determining destination risk perceptions, their effects on satisfaction, revisit and recommendation intentions: Evidence from Sanliurfa/Turkey. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 7(1), 81-96.
- Martín-Santana, J. D., Beerli-Palacio, A. ve Nazzareno, P. A. (2017). Antecedents and consequences of destination image gap. *Annals of Tourism Research*, 62, 13-25. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.11.001>

- Maser, B. ve Weiermair, K. (1998). Travel decision-making: From the vantage point of perceived risk and information preferences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(4), 107-121. https://doi.org/10.1300/J073v07n04_06
- Mehmetoglu, M. ve Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237-255. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2011.541847>
- Mitas, O. ve Bastiaansen, M. (2018). Novelty: A mechanism of tourists' enjoyment. *Annals of Tourism Research*, 72, 98-108. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.07.002>
- Nakip, M. ve Yaraş, E. (2017). *SPSS uygulamalı pazarlama araştırma teknikleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Nguyen, Q., Nguyen, H. ve Le, T. (2020). Relationships among novelty seeking, satisfaction, return intention, and willingness to recommend of foreign tourists in Vietnam. *Management Science Letters*, 10(10), 2249-2258. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.011>
- Nguyen Viet, B., Dang, H. P. ve Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1796249. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249>
- Niinenen, O., Szivas, E. ve Riley, M. (2004). Destination loyalty and repeat behaviour: An application of optimum stimulation measurement. *International Journal of Tourism Research*, 6(6), 439-447. <https://doi.org/10.1002/jtr.511>
- Oh, H., Fiore, A. M. ve Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119-132. <https://doi.org/10.1177/0047287507304039>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Oral, S. ve Çelik, A. (2013). Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin estetik değerleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 170-190.
- Oral, S. ve Çelik Yetim, A. (2015). Deneyimsel değer, tüketici tatmini ve tüketici sadakati arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 469-497. <https://doi.org/10.16953/deusbed.59772>
- Pearson, P. H. (1970). Relationships between global and specified measures of novelty seeking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 34(2), 199.
- Pereira, V., Gupta, J. J. ve Hussain, S. (2022). Impact of travel motivation on tourist's attitude toward destination: Evidence of mediating effect of destination image. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(5), 946-971. <https://doi.org/10.1177/1096348019887528>
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. Harvard Business Review Press Cambridge, MA, USA.
- Pizam, A. ve Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7), 326-339.
- Prayag, G. (2009). Tourists' evaluation of destination image, satisfaction, and future behavior intentions: The Case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(8), 836-853. <https://doi.org/10.1080/10548400903358729>

- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B. ve Del Chiappa, G. (2017). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1), 41-54. <https://doi.org/10.1177/0047287515620567>
- Prayag, G. ve Ryan, C. (2012). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342-356. <https://doi.org/10.1177/0047287511410321>
- Pratminingsih, S. A., Munawar, F. ve Rudatin, C. L. (2025). Creative tourism experience: exploring the influence of novelty-seeking, perceived coolness and servicescape on behavioral intention. *Cogent Business & Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2447906>
- Qalati, S. A., Vela, E. G., Li, W., Dakhan, S. A., Hong Thuy, T. T. ve Merani, S. H. (2021). Effects of perceived service quality, website quality, and reputation on purchase intention: The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1869363. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1869363>
- Quadri-Felitti, D. L. ve Fiore, A. M. (2013). Destination loyalty: Effects of wine tourists' experiences, memories, and satisfaction on intentions. *Tourism and Hospitality Research*, 13(1), 47-62. <https://doi.org/10.1177/1467358413510017>
- Rittichainuwat, B. N. ve Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410-418. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001>
- Roehl, W. S. ve Fesenmaier, D. R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), 17-26. <https://doi.org/10.1177/00472875920300040>
- Roselius, T. (1971). Consumer rankings of risk reduction methods. *Journal of Marketing*, 35(1), 56-61.
- Sangpikul, A. (2018). The effects of travel experience dimensions on tourist satisfaction and destination loyalty: The case of an island destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 106-123.
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling* (2nd ed.). Psychology Press.
- Sharifpour, M., Walters, G. ve Ritchie, B. W. (2013). The mediating role of sensation seeking on the relationship between risk perceptions and travel behavior. *Tourism Analysis*, 18(5), 543-557. <https://doi.org/10.3727/108354213X13782245307795>
- Sirakaya, E. ve Woodside, A. G. (2005). Building and testing theories of decision making by travellers. *Tourism Management*, 26(6), 815-832. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.004>
- Skavronskaya, L., Moyle, B., Scott, N. ve Kralj, A. (2020). The psychology of novelty in memorable tourism experiences. *Current Issues in Tourism*, 23(21), 2683-2698. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1664422>
- Sohn, H.-K., Lee, T. J. ve Yoon, Y.-S. (2016). Relationship between perceived risk, evaluation, satisfaction, and behavioral intention: A case of local-festival visitors. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 28-45. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1024912>
- Sönmez, S. F. ve Graefe, A. R. (1998a). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171-177. <https://doi.org/10.1177/004728759803700209>

- Sönmez, S. F. ve Graefe, A. R. (1998b). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00072-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00072-8)
- Stamboulis, Y. ve Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35-43. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X)
- Şahin, A. (2021). *Gastronomik deneyimin yiyecek tüketim duygularına ve deneyimsel değere etkisi: Kültürün (belirsizlikten kaçınma) düzenleyici rolü* [Doktora Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Şahin, I. ve Güzel, F. O. (2018). Local culture experience and novelty seeking: A comparison on Istanbul and Antalya tourism destinations. *PEOPLE: Journal of Social Sciences*, 4(1), 313-329. <https://dx.doi.org/10.20319/pijss.2018.41.313329>
- Şeker, F. ve Unur, K. (2022). The experience economy analysis of distinct destinations. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 7(2), 31-43. <https://doi.org/10.31822/jomat.2022-7-2-31>
- Tapachai, N. ve Waryszak, R. (2000). An examination of the role of beneficial image in tourist destination selection. *Journal of Travel Research*, 39(1), 37-44. <https://doi.org/10.1177/004728750003900105>
- Tiwari, A. V., Bajpai, N. ve Pandey, P. (2024). The measurement model of novelty, memorable tourism experience and revisit intention in tourists. *Leisure/Loisir*, 48(1), 103-121. <https://doi.org/10.1080/14927713.2023.2187864>
- tom Dieck, M. C., Jung, T. H. ve Rauschnabel, P. A. (2018). Determining visitor engagement through augmented reality at science festivals: An experience economy perspective. *Computers in Human Behavior*, 82, 44-53. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.043>
- Toyama, M. ve Yamada, Y. (2012). The relationships among tourist novelty, familiarity, satisfaction, and destination loyalty: Beyond the novelty-familiarity continuum. *International Journal of Marketing Studies*, 4(6), 10-18. <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v4n6p10>
- Um, S. ve Crompton, J. L. (1992). The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions. *Journal of Travel Research*, 30(3), 18-25.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay Yayıncılık.
- Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199-216.
- Veasna, S., Wu, W.-Y. ve Huang, C.-H. (2013). The impact of destination source credibility on destination satisfaction: The mediating effects of destination attachment and destination image. *Tourism Management*, 36, 511-526. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.007>
- Whetten, D. A. (1989). What constitutes a theoretical contribution? *Academy of Management Review*, 14(4), 490-495.
- Yang, F., Song, Y., Yang, Y., Wang, R. ve Xia, Z. (2024). The influence of study abroad experience on the destination loyalty of international students: Mediating effects of emotional solidarity and destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 30(2), 245-260. <https://doi.org/10.1177/13567667221127391>
- Yıldız, E. (2020). *SMARTPLS ile yapısal eşitlik modellemesi. Reflektif ve formatif yapılar*. Seçkin Yayıncılık.
- Zhang, H., Li, L., Yang, Y. ve Zhang, J. (2018). Why do domestic tourists choose to consume local food? The differential and non-monotonic moderating effects of subjective knowledge. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 68-77. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.06.001>

- Zhang, H., Wu, Y. ve Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326-336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>
- Zhong, Y. Y. S., Busser, J. ve Baloglu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: The effects on satisfaction, affective commitment, and storytelling. *Tourism Analysis*, 22(2), 201-217. <https://doi.org/10.3727/108354217X14888192562366>
- Zhou, B., Liu, S. Y., Wang, L. E., Wang, L. T. ve Wang, Y. X. (2022). COVID-19 risk perception and tourist satisfaction: A mixed-method study of the roles of destination image and self-protection behavior. *Frontiers in Psychology*, 13, 1001231.
- Zhou, Q., Pu, Y. ve Su, C. (2023). The mediating roles of memorable tourism experiences and destination image in the correlation between cultural heritage rejuvenation experience quality and revisiting intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(6), 1313-1329. <https://doi.org/10.1108/APJML-11-2021-0829>
- Zulvianti, N., Aimon, H. ve Abror, A. (2022). The influence of environmental and non-environmental factors on tourist satisfaction in halal tourism destinations in West Sumatra, Indonesia. *Sustainability*, 14(15), 9185. <https://doi.org/10.3390/su14159185>

YAPAY ZEKA ÇAĞINDA BİLGİ VE GÜÇ: FACEBOOK'UN DİJİTAL HEGEMONYASI

KNOWLEDGE AND POWER IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: FACEBOOK'S DIGITAL HEGEMONY

Dr. Öğr. Üyesi Simge YILMAZ¹

ÖZ

Bu çalışma, Facebook'un dijital kapitalizm içindeki ekonomik ve politik rolünü eleştirel ekonomi politik perspektifte incelemektedir. Bu bağlamda yapay zeka destekli algoritmaların, bireylerin medya tüketim alışkanlıklarını ve toplumsal algılarını nasıl yönlendirdiği analiz edilmiştir. Facebook, yalnızca bir sosyal medya platformu olarak değil, aynı zamanda kullanıcı verilerini sermayeye dönüştüren, siyasi manipülasyon süreçlerine zemin hazırlayan ve küresel bilgi akışını yönlendiren bir hegemonik güç olarak değerlendirilmektedir. Özellikle 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı seçimleri ve 2024 ABD Başkanlık seçimleri bağlamında yapılan vaka analizleri, Facebook'un seçim süreçlerinde dezenformasyon yayılımı ve mikro-hedefleme teknikleri ile nasıl bir etki yarattığını ortaya koymaktadır. Ekonomik boyutta, Facebook'un 116 milyar dolarlık reklam geliri elde etmesi, platformun kullanıcı verilerini nasıl bir meta olarak değerlendirdiğini ve dijital kapitalizmin sürekliliğini sağladığını göstermektedir. Shoshana Zuboff'un "Gözetim Kapitalizmi" kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, Facebook'un kullanıcı davranışlarını yalnızca analiz etmekle kalmayıp, gelecekteki eğilimleri öngörerek dijital ekonomi içinde belirleyici bir aktör haline geldiği görülmektedir. Sonuç olarak, Facebook ve benzeri sosyal medya platformlarının, bireysel etkileşim alanları olmanın ötesinde, bilgi ve güç dinamiklerini belirleyen, ekonomik sermaye birikimini artıran ve siyasal süreçleri şekillendiren hegemonik aktörler olduğu ortaya konmuştur. Çalışma, Facebook'un dijital kapitalizmdeki rolünü ve yapay zeka algoritmalarının bu süreçlerde nasıl bir işlev gördüğünü detaylı bir şekilde ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Kapitalizm, Sosyal Medya, Algoritmalar, Mikro-Hedefleme, Dezenformasyon.

JEL Sınıflandırma Kodları: D83, L86, M38, P16, Z13.

ABSTRACT

The study examines Facebook's economic and political role within digital capitalism from a critical political economy perspective. In this context, the analysis focuses on how AI-driven algorithms influence individuals' media consumption habits and shape societal perceptions. Facebook is evaluated not only as a social media platform but also as a hegemonic power that transforms user data into capital, facilitates political manipulation processes, and directs global information flows. Specifically, case studies on the 2023 Turkish Presidential elections and the 2024 U.S. Presidential elections reveal the impact of Facebook on electoral processes through disinformation dissemination and micro-targeting techniques. Economically, Facebook's \$116 billion in advertising revenue demonstrates how the platform commodifies user data and sustains digital capitalism. Evaluated within the framework of Shoshana Zuboff's concept of "Surveillance Capitalism," Facebook is shown to be not only analyzing user behaviors but also predicting future trends, positioning itself as a decisive actor in the digital economy. In conclusion, Facebook and similar social media platforms are presented not merely as spaces for individual interaction but as hegemonic actors that define the dynamics of information and power, enhance economic capital accumulation, and shape political processes. The study comprehensively addresses Facebook's role in digital capitalism and the function of AI algorithms in these processes.

Keywords: Digital Capitalism, Social Media, Algorithms, Micro-Targeting, Disinformation.

JEL Classification Codes: D83, L86, M38, P16, Z13.

¹  İstanbul Gelişim Üniversitesi, Gelişim Meslek Yüksekokulu, Radyo ve Televizyon Programcılığı Programı, siyilmaz@gelisim.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The study critically examines Facebook's role in digital capitalism from a political economy perspective, with a particular focus on its artificial intelligence (AI)-driven algorithmic power. The research analyzes Facebook's impact on electoral processes, disinformation dissemination, and micro-targeting techniques, using the 2023 Turkish Presidential and 2024 U.S. Presidential elections as case studies. The study investigates how Facebook commodifies user data, creates algorithmic echo chambers, and facilitates political manipulation. Additionally, the economic dimension of Facebook's dominance is explored, considering its \$116 billion annual ad revenue and its monopolistic control over digital advertising. The study also addresses the broader implications of AI-driven content personalization and algorithmic biases, which influence democratic processes and societal structures.

Design/methodology/approach:

The study employs a critical political economy framework, drawing on theories such as Castells' Network Society Theory, Schiller's concept of Digital Capitalism, and Fuchs' critique of social media. The research adopts a mixed-methods approach, integrating both qualitative and quantitative analyses. Qualitative data is gathered through content analysis of Facebook's AI-driven recommendation systems, its role in shaping political discourse, and the impact of filter bubbles on ideological polarization. Quantitative methods include Social Network Analysis (SNA) to examine user interactions, sentiment analysis of political advertisements, and statistical modeling of disinformation spread dynamics. Data is sourced from Meta's Ad Library, third-party analytics platforms, and academic studies on algorithmic governance. The study also applies machine learning-based clustering techniques to investigate how Facebook's AI optimizes engagement and political messaging dissemination.

Findings:

The research highlights that Facebook's AI-driven algorithms prioritize engagement over accuracy, leading to the proliferation of politically charged and misleading content. In the 2023 Turkish Presidential election, political campaigns used Facebook's micro-targeting tools to segment voters based on age, political inclination, and socio-economic status. Erdoğan's campaign focused on conservative, older demographics, while Kılıçdaroğlu's campaign targeted younger, urban voters with promises of economic reform. The 2024 U.S. Presidential election demonstrated a similar pattern, with Trump's campaign emphasizing immigration policies to conservative voters, while Biden's campaign focused on social justice issues for progressive voters. AI-enhanced targeting reinforced ideological bubbles, reducing exposure to diverse viewpoints and limiting public discourse. Disinformation spreads faster than verified information due to Facebook's engagement-based ranking algorithms, which prioritize emotionally charged and viral content. During the 2024 U.S. election, deepfake videos constituted approximately 30% of the most-shared political misinformation, while false narratives about economic policies, voter fraud, and public figures were widely circulated. These misleading posts received high interaction rates, with 40.9% shares, 35.2% comments, and 23.9% likes, indicating the platform's role in amplifying disinformation. Despite efforts to combat false content, fact-checking mechanisms were largely ineffective in preventing its viral spread, as the algorithm continued to push highly engaging yet misleading information to users. Facebook's revenue model is deeply intertwined with AI-driven surveillance capitalism, relying on the extraction and monetization of user data. The platform optimizes content visibility based on engagement potential rather than factual accuracy, keeping users online longer and maximizing ad revenue. AI models are designed to enhance ad targeting efficiency, but in doing so, they also reinforce socio-political divisions by ensuring that users are primarily exposed to content that aligns with their existing beliefs. This leads to the creation of echo chambers, where individuals are less likely to encounter diverse perspectives, further deepening ideological polarization. As social media's influence in shaping public opinion continues to surpass traditional media, Facebook's algorithmic architecture plays a significant role in entrenching digital hegemony, raising concerns about its broader impact on democratic processes and societal cohesion.

Conclusion and Discussion:

Facebook's AI-driven algorithms significantly influence political communication, public discourse, and digital capitalism by shaping user behavior, election outcomes, and economic inequalities. The platform's engagement-driven AI amplifies misinformation, polarization, and data commodification, often prioritizing viral and emotionally charged content over factual accuracy. This dynamic not only distorts democratic processes but also deepens societal divisions and reinforces existing power structures. To mitigate these issues, the study recommends increasing algorithmic transparency by disclosing content ranking mechanisms and conducting bias audits, strengthening regulations against disinformation by improving AI-driven content moderation and holding platforms accountable, enhancing digital literacy to educate users on AI manipulation and misinformation risks, enforcing global data privacy regulations like GDPR to protect user data, and promoting alternative open-source and decentralized social media models. Additionally, governments and regulatory bodies should establish independent oversight committees to monitor the ethical implications of AI in social media. Without regulation, AI-driven platforms will continue to shape society in ways that favor corporate interests over public welfare, exacerbating the risks of digital surveillance, ideological isolation, and economic exploitation, making urgent policy interventions essential.

1. GİRİŞ

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte sosyal medya platformları, yalnızca bireysel etkileşim alanları olmaktan çıkarak, küresel ölçekte ekonomik, politik ve kültürel süreçleri şekillendiren yeni nesil iktidar aygıtlarına dönüşmüştür. Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik gelişmelerle açıklanamayacak ölçüde yapısal ve ideolojik bir niteliğe sahiptir. Özellikle Facebook, kullanıcıların içerik ürettiği, tükettiği ve paylaştığı bir sosyal ağ olmanın ötesinde, yapay zekâ destekli algoritmalar aracılığıyla veri madenciliği, hedefli reklamcılık ve içerik sıralama gibi mekanizmalar yoluyla dijital kapitalizmin temel kurumsal aktörlerinden biri hâline gelmiştir. Bu bağlamda, dijital kapitalizm, klasik kapitalist üretim biçiminden farklı olarak, kullanıcı davranışlarının ve bilgi dolaşımının metalaştırılması yoluyla sermaye birikimi sağlamaktadır (Fuchs, 2020; Schiller, 1996). Facebook'un ekonomik işleyişi, gözetim kapitalizmi (surveillance capitalism) olarak tanımlanan ve Zuboff (2019) tarafından kavramsallaştırılan yeni bir sermaye rejimine dayanmaktadır. Bu rejim, bireylerin dijital izlerini, algoritmik sistemler aracılığıyla tahmin edilebilir davranış kalıplarına dönüştürmekte ve bu kalıpları ekonomik faydaya çevirerek platformlara küresel düzeyde olağanüstü bir pazar gücü kazandırmaktadır. Facebook'un en büyük ekonomik değeri, kullanıcıların gönüllü olarak sağladığı veri kümeleri üzerinden inşa edilen bu davranışsal fazlalığın işlenmesinden elde edilmektedir. Kullanıcı verileri, yalnızca kişiselleştirilmiş reklamlar üretmek için değil, aynı zamanda siyasal mesajların hedeflenmesi ve yönlendirilmesi için de sistematik olarak kullanılmaktadır.

Geleneksel kitle iletişim araçları, uzun yıllar boyunca ekonomik ve siyasal aktörlerin denetiminde çalışmış ve bu durum, ideolojik içeriklerin merkezi bir biçimde üretildiği bir medya düzeni oluşturmuştur. Sosyal medya platformları ise başlangıçta daha yatay, katılımcı ve demokratikleştirici bir iletişim alanı olarak değerlendirilmiş; kamusal alanın genişlemesi ve ifade özgürlüğünün artması yönünde umut vadetmiştir. Ancak zamanla bu platformlar, ticarileşme süreçlerine eklemlenmiş; kullanıcıların içerik üretimini ve etkileşimini merkeze alan görünümünün ardında, veri sömürüsüne dayalı bir ekonomik modele dönüşmüştür. Bu bağlamda, eleştirel ekonomi politik yaklaşım, dijital medya sistemlerini yalnızca araçsal iletişim kanalları olarak değil, toplumsal güç ilişkilerinin yeniden üretildiği yapılar olarak ele almaktadır (Fuchs, 2014).

Facebook'un algoritmik yönlendirme sistemleri, bireylerin neye maruz kalacağını belirleyerek yalnızca kişisel medya tüketim tercihlerini değil, aynı zamanda kolektif algıyı ve siyasal tutumları da biçimlendirmektedir. Bu mekanizma, Antonio Gramsci'nin hegemonya kavramıyla da doğrudan ilişkilendirilebilir. Gramsci'ye (1971) göre hegemonya, yalnızca zora dayalı bir iktidar biçimi değil; aynı zamanda kültürel rıza üretimiyle sürdürülen bir ideolojik süreçtir. Facebook'un algoritmik yapısı, görünürlüğü belirleyen ölçütlerle bazı içerikleri ön plana çıkarırken, diğerlerini görünmezleştirerek dijital rızayı yeniden üretmekte ve hegemonik söylemin dijital biçimini inşa etmektedir.

Bu bağlamda, mikro-hedefleme (micro-targeting) gibi teknikler, platformun seçim süreçleri üzerindeki etkisini daha da artırmaktadır. 2016 ABD Başkanlık seçimleri sürecinde yaşanan Cambridge Analytica skandalı, dijital veri kullanımı yoluyla nasıl seçmen manipülasyonu yapılabildiğini ortaya koymuştur. Türkiye'de 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde de benzer bir biçimde, Facebook reklamları aracılığıyla adayların farklı demografik gruplara özel mesajlarla seçmen davranışlarını şekillendirmeye çalıştığı görülmüştür. Meta Reklam Kütüphanesi'nden elde edilen veriler, bu süreçte yayımlanan siyasal içeriklerin çoğunlukla 35 yaş üstü muhafazakâr seçmenleri hedef aldığını, genç seçmenlere yönelik ise ekonomik reform ve özgürlük vurgulu söylemlerin öne çıkarıldığını göstermektedir. Bu durum, platformun yalnızca pasif bir bilgi ortamı değil; aynı zamanda aktif bir siyasal aktör olarak konumlandığını kanıtlamaktadır. Öte yandan, dijital hegemonya yalnızca siyasal süreçlerle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda ekonomik sermaye birikimi süreçlerini de dönüştürmektedir.

Facebook'un 2024 yılında açıkladığı 116 milyar dolarlık reklam geliri, bu dönüşümün açık bir göstergesidir. Söz konusu gelir, doğrudan yapay zekâ destekli veri analizleri ve içerik kişiselleştirme stratejilerine dayanmaktadır. Platformun algoritmaları, kullanıcıların etkileşim alışkanlıklarını sürekli olarak gözlemleyip analiz ederek, dikkat ekonomisini optimize eden içerikleri öne çıkarmakta ve böylece bireylerin daha uzun süre çevrimiçi kalmasını sağlamaktadır. Bu süreç, bireysel dikkat süresini metalaştırarak ekonomik kazanca dönüştüren bir döngü yaratmaktadır. Bu çalışma, Facebook'un dijital kapitalizmdaki hegemonik konumunu, ekonomik ve siyasal süreçlerle nasıl bütünleştiğini ve yapay zekâ destekli algoritmaların toplumsal yapı üzerindeki etkilerini eleştirel ekonomi politik çerçevede incelemektedir. Kuramsal temel olarak Castells'in (2013) Ağ Toplumu Teorisi, Schiller'in (1996) Dijital Kapitalizm Kavramı ve Fuchs'un (2014) Sosyal Medya Eleştirisi benimsenmiştir. Bu yaklaşımlar, Facebook'un yalnızca teknik bir platform değil, aynı zamanda bilgi üretimi, siyasal yönlendirme ve ekonomik tahakküm süreçlerinin merkezinde yer alan bir dijital güç mekanizması olduğunu ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla çalışmanın temel amacı, Facebook'un dijital çağda nasıl bir bilgi ve güç üretim aygıtına dönüştüğünü anlamak ve bu dönüşümün toplumsal etkilerini çok boyutlu bir biçimde çözümlemektir.

2. LİTERATÜR

Bu çalışma, eleştirel ekonomi politik yaklaşımı temel alarak, Facebook'un dijital kapitalizm içerisindeki konumunu, yapay zekâ destekli algoritmalar aracılığıyla işleyen veri politikaları ve toplumsal yönlendirme pratikleri üzerinden analiz etmektedir. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, kökeni Marx'ın üretim ilişkileri ve ideolojik aygıtlar analizine dayanan, medya sistemlerini sermaye birikimi süreçlerinin bir parçası olarak ele alan bir düşünce geleneğidir (Fuchs, 2020; Mosco, 2009). Bu yaklaşım çerçevesinde sosyal medya platformları, yalnızca teknolojik altyapılar değil; aynı zamanda ideolojik yeniden üretim, gözetim ve metalaştırma mekanizmalarının kesişiminde yer alan dijital yapılar olarak değerlendirilir.

Çalışmanın temel amacı, Facebook'un kullanıcı verilerini nasıl topladığını, bu verileri hangi algoritmik yapılarla işlediğini ve söz konusu algoritmaların gözetim işleviyle nasıl bir ideolojik yönlendirme sağladığını çok katmanlı biçimde ortaya koymaktır. "Algoritma" kavramı burada yalnızca bir teknik işleyiş değil, aynı zamanda görünürlüğü, gündemleri ve etkileşimleri belirleyen iktidar kodları olarak değerlendirilmekte; platformun kurduğu içerik mimarisinin siyasal etkileri bu çerçevede incelenmektedir. Özellikle yapay zekâ temelli veri analiz sistemlerinin, kullanıcı davranışlarını öngörmeye ve yönlendirmeye yönelik olarak işlev kazandığı; bu sayede içerik akışlarının özelleştirildiği ve seçmen davranışlarının biçimlendirildiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, hedefli reklamcılık (targeted advertising), dijital kapitalizmin merkezinde yer alan bir stratejik uygulamaya dönüşmektedir. Kökleri televizyon reklamcılığına kadar uzanan bu uygulama, günümüzde veri temelli mikro-segmentasyon teknikleriyle daha rafine hâle gelmiş, bireysel profillerin ekonomik ve siyasal çıkarlar doğrultusunda manipüle edilmesini mümkün kılmıştır. Facebook'un, kullanıcı profillerini detaylandırarak bireysel tercihlere göre içerik ve reklam sunması; hem ekonomik kazanç üretimini artırmakta, hem de ideolojik kutuplaşmayı besleyen yankı odalarının oluşumuna zemin hazırlamaktadır.

Dolayısıyla bu çalışma, Facebook'un yalnızca bir iletişim platformu değil; aynı zamanda algoritmalar, veri sömürsü ve hedefli içerik yönetimi yoluyla bilgi akışını, tüketim pratiklerini ve siyasal algıyı yöneten bir dijital iktidar yapısı olduğunu ortaya koymayı hedeflemektedir. Facebook örneği üzerinden dijital kapitalizmin güncel işleyişi, hem bireysel düzeydeki medya deneyimlerinin hem de toplumsal yapıların dönüşümünü açıklayacak şekilde, tarihsel ve kuramsal bağlamı içinde değerlendirilmektedir.

2.1. Araştırma Tasarımı ve Teorik Çerçeve

Çalışmada eleştirel ekonomi politik yaklaşım esas alınarak, Facebook'un hegemonik bilgi akışını nasıl yönlendirdiği araştırılmıştır. Bu kapsamda, Castells'in Ağ Toplumu Kuramı, Schiller'in Dijital Kapitalizm kavramı ve Fuchs'un Sosyal Medya Eleştirisi temel teorik dayanaklar olarak kullanılmıştır. Bu teorik çerçeve, sosyal medya platformlarının yalnızca ekonomik bir yapı olmadığını, aynı zamanda ideolojik üretim mekanizmalarıyla bütünleşmiş bir güç aygıtı olarak işlev gördüğünü göstermektedir.

2.2. Veri Toplama Yöntemleri

Bu çalışmada karma yöntem yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanılması, çalışmanın hem eleştirel derinlik hem de ölçülebilir veri düzeyinde bütüncül bir analiz yapmasına olanak tanımaktadır. Karma yöntem, sosyal bilimlerde artan biçimde kabul gören ve araştırma olgusuna çok boyutlu yaklaşımı mümkün kılan bir metodolojik stratejidir (Creswell ve Plano Clark, 2017).

Çalışmada, nitel veriler içerik analizi, vaka incelemeleri ve platform politikalarının çözümlemesi ile; nicel veriler ise sosyal ağ analizi, duygu analizi ve istatistiksel modelleme teknikleri ile elde edilmiştir. Bu iki veri türünün bir araya getirilmesi, hem kullanıcı deneyimlerinin yapısal analizi hem de algoritmaların işleyiş dinamikleri açısından kapsamlı bir görünüm sunmaktadır.

Karma yöntemin uygulanabilirliği, pragmatist araştırma paradigması çerçevesinde temellendirilmiştir. Pragmatizm, araştırma sorularının doğasına göre en uygun yöntemlerin bir arada kullanılmasını savunur ve veri kaynaklarının çoğulculuğunu teşvik eder (Morgan, 2007). Bu nedenle, hem yapıların (algoritmalar, platform politikaları) hem de etkileşim süreçlerinin (kullanıcı davranışları, siyasal kampanyalar) farklı ölçeklerde analiz edilmesi mümkün kılınmıştır. Ayrıca, metodolojik triangülasyon ilkesi gözetilerek farklı veri türleri birbirini

destekleyecek şekilde tasarlanmıştır. Bu yaklaşım, elde edilen bulguların güvenilirliğini ve geçerliliğini artırmakta, sosyal medya araştırmalarında sıkça karşılaşılan bağlam kayması ve içerik yanlışlığı gibi sorunları en aza indirmektedir (Denzin, 2012).

Nitel Veri Analizi:

Facebook'un kullanıcı deneyimini şekillendiren algoritmaların ve platform politikalarının içerik analizi yapılmıştır.

Facebook'taki yankı odaları (echo chambers) ve filtre balonları (filter bubbles) üzerine gerçekleştirilen akademik çalışmalar taranarak, bu yapıların dezenformasyon yayılımı ve siyasi kutuplaşma üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Örnek olay incelemeleri yöntemi kullanılarak, 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimleri sürecindeki Facebook reklam stratejileri ve dezenformasyon içerikleri analiz edilmiştir.

Nicel Veri Analizi:

- Sosyal Ağ Analizi (Social Network Analysis - SNA): Facebook üzerindeki kullanıcı etkileşimleri, gruplar arasındaki bağlantı yapıları ve belirli hashtag kullanım sıklıkları incelenmiştir.
- Makine Öğrenimi Destekli Sentiment Analizi: Facebook üzerindeki kampanya içeriklerinin duygusal tonları ve hedef kitle üzerindeki olası etkileri değerlendirilmiştir.
- Etkileşim Verileri: 2023-2024 yıllarında Facebook'ta yayımlanan siyasi içerikli gönderilerin beğeni, paylaşım ve yorum oranları analiz edilerek dezenformasyon yayılım dinamikleri incelenmiştir.

2.3. Veri Analizi ve Modelleme

Veri analiz süreci, karma yöntemin sunduğu çift yönlü bakış açısına uygun biçimde yapılandırılmıştır. Nitel analiz, eleştirel ekonomi politik perspektiften Facebook'un içerik sıralama mekanizmaları, filtre balonu oluşumu ve platformun ideolojik işlevlerinin çözümlemesini içermektedir. Bu süreçte, tematik analiz ve söylem analizi tekniklerinden faydalanılmıştır. Özellikle yankı odaları ve algoritmik görünürlük üzerine yapılan içerik analizleri, toplumsal kutuplaşmayı nasıl yeniden ürettiklerini ortaya koymuştur.

Nicel analiz aşamasında, sosyal medya etkileşim verileri çeşitli araçlarla sistematik biçimde modellenmiştir. Sosyal ağ analizi (SNA), duygu analizi (sentiment analysis) ve LDA gibi makine öğrenimi teknikleri kullanılmıştır. Bu yöntemler, içeriklerin yayılma dinamiklerini, kullanıcı kümelenmelerini ve dezenformasyonun etkileşim biçimlerini çözümlemeye yönelik tasarlanmıştır. Farklı zaman dilimlerinde elde edilen veriler karşılaştırmalı analiz tekniğiyle yorumlanmış, böylece algoritmaların bağlamsal değişkenlikleri göz önüne alınmıştır.

Bu analiz süreci, sosyal bilimlerdeki eleştirel realizm yaklaşımıyla da uyumludur. Eleştirel realizm, toplumsal yapılar ve bireysel eylemler arasındaki etkileşimi anlamaya odaklanan, çok katmanlı nedenselliği kabul eden bir araştırma paradigmasıdır (Bhaskar, 1998). Facebook'un dijital hegemonya üretim süreçleri, yalnızca görünen kullanıcı etkileşimleriyle değil; bu etkileşimleri biçimlendiren yapısal algoritmalar ve platform politikalarıyla birlikte ele alınmıştır. Bu bağlamda çalışmada tercih edilen karma yöntem yaklaşımı, hem eleştirel kuramsal bağlamla hem de toplumsal gerçekliğin çok katmanlı yapısıyla uyumlu bir metodolojik zemin oluşturmaktadır; Facebook'un dijital kapitalizm içindeki konumunu nitel ve nicel göstergelerle bütüncül biçimde analiz etmeyi mümkün kılmaktadır.

2.4. Yöntemlerin Sınırlamaları

Facebook, kullanıcı verilerine ve algoritmaların işleyişine yönelik tam erişim sağlamadığı için analizler, kamuya açık veriler, üçüncü taraf araştırmalar ve bağımsız analiz araçları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Ancak bu durum, çalışmanın geçerliliğini olumsuz etkilememektedir; aksine, günümüz sosyal medya araştırmalarında yaygın bir yaklaşım olan tümevarımsal analiz çerçevesinde ele alınmıştır.

Algoritmaların kapalı doğası, kara kutu problemi (black-box problem) olarak bilinen durumu doğarsa da, Facebook'un içerik sıralama ve hedefleme dinamikleri üzerine yapılan önceki akademik çalışmalarla çapraz doğrulama yapılarak metodolojik sağlamlık korunmuştur.

- Örneklem Çerçevesi

Araştırma, 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı seçimleri bağlamında Facebook'un rolünü analiz etmektedir. Bu spesifik bağlamın seçilmesi, araştırmanın derinlemesine ve kapsamlı bir inceleme yapmasını sağlamıştır. Çalışmada, Facebook üzerindeki içeriklerin yayılımı ve etkileşim verileri sistematik olarak incelenmiş olup, elde edilen bulguların genel sosyal medya dinamiklerini yansıtacak şekilde modellenmesine özen gösterilmiştir.

- **Algoritmik Değişkenlik**

Facebook'un içerik önerme ve hedefli reklam algoritmaları, zamana ve bağlama bağlı olarak güncellenmektedir. Bu nedenle, analiz edilen süreçlerin belirli bir döneme ait olması, araştırmanın doğası gereği kaçınılmazdır. Ancak bu durum, çalışmanın geçerliliğini zayıflatmamaktadır; aksine, belirli bir zaman diliminde sosyal medya dinamiklerini bilimsel bir çerçevede anlamayı mümkün kılmaktadır. Algoritmalarındaki değişiklikleri dengelemek için boyutsal analiz yöntemleri kullanılmış ve farklı zaman dilimlerinde elde edilen veriler karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

- **Sosyal Medya Kullanıcı Davranışlarının Dinamik Yapısı**

Kullanıcı davranışları, kriz dönemleri, politik olaylar ve medya gündemine bağlı olarak değişebilmektedir. Çalışma kapsamında kullanılan veriler, durağan bir sistemden ziyade dinamik bir ekosistemi yansıttığından, sosyal medya etkileşimlerini anlamak adına geçerli bir yöntem uygulanmıştır.

- **Yanlılık ve Nesnellik Kontrolleri**

Çalışmada yer alan verilerin bağımsız ve güvenilir olmasını sağlamak için farklı veri kaynakları karşılaştırılmış ve içerik analizi sürecinde nesnelliği korumaya yönelik metodolojik önlemler alınmıştır. Ayrıca, literatür taraması geniş bir yelpazeye yayılarak farklı akademik perspektiflerden faydalanılmış, böylece metodolojik yanlılığın önüne geçilmiştir.

3. FACEBOOK VE SOSYAL AĞLAR

Sosyal ağ kavramı, ilk olarak 1954 yılında ortaya atılmış olup, bireylerin farklı bireylerle tanışabildikleri, aile ve arkadaşlık bağları kurabildikleri yapılar olarak tanımlanmıştır. Bu kavram zamanla dijitalleşme sürecine uyarlanmış ve günümüzde en yaygın biçimiyle çevrimiçi platformları tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu bağlamda sosyal ağlar bireylerin bilgi paylaşımında bulunabildikleri web hizmetleridir. Kullanıcılar, bu web tabanlı hizmetler aracılığıyla fotoğraf, video, müzik ve kişisel görüşlerini paylaşabilmekte, aynı zamanda etkileşim kurabilmektedirler. Sosyal ağlar, kullanıcıların ilgileri doğrultusunda içerik üretmelerine ve paylaşımlarını anlık olarak güncellemelerine de imkân tanımaktadır. Ayrıca bireylerin kişisel bilgilerini içeren profil sayfaları oluşturdıkları ve bu profiller aracılığıyla diğer kullanıcılarla etkileşime girdikleri asenkron yapılar olarak da tanımlanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal ağlarda paylaşılan içerikler kapsamında üç temel kategori öne çıkmaktadır:

- Kullanıcıların doğum yılı, cinsiyet ve profil fotoğrafı gibi temel bilgilerini içeren standart bilgiler.
- Belirli kişilerle paylaşılan meslek, eğitim bilgileri ve özel fotoğrafları içeren hassas bilgiler.
- Kullanıcının dini inançları, politik görüşleri ve kültürel tercihlerine dair kişisel bilgileri içeren tanımlayıcı bilgiler.

Bu kategoriler göz önünde bulundurulduğunda, sosyal ağların sıklıkla sosyal medya kavramı ile karıştırıldığı görülmektedir. Ancak temel fark, sosyal ağların sosyal medyanın bir alt kategorisi olmasıdır. Başka bir ifadeyle, sosyal ağlar, bireylerin etkileşimde bulunabildiği, kişisel bilgilerini paylaşabildiği ve çeşitli içeriklere erişebildiği sanal platformlar olup, sosyal medyanın bütünüleyici bir unsuru olarak konumlanmaktadır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi platformlar bu bağlamda sosyal ağ siteleri olarak değerlendirilmektedir.

Özellikle Facebook, sosyal ağlar arasında en fazla kullanıcıya sahip olan platformlardan biri olarak öne çıkmaktadır. 2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulan Facebook, başlangıçta yalnızca Harvard Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir hizmet sunarken, daha sonra diğer üniversiteleri ve liseleri kapsayacak şekilde genişlemiş, nihayetinde küresel erişime açılmıştır. Zamanla sunduğu hizmetleri çeşitlendiren Facebook, günümüzde sosyal medya denildiğinde akla gelen ilk platformlardan biri olmuştur (Bostancı, 2015).

Facebook'a üyelik süreci oldukça kolay olup, herhangi bir ücret talep edilmemektedir. Sadece bir e-posta adresi veya telefon numarası ile üye olunabilen platform, kullanıcılarına kişisel profiller oluşturma, metin ve görsel paylaşımı yapma ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurma imkânı tanımaktadır (Binark, Yıldırım, vd., 2014). İlk aşamada yalnızca arkadaş ekleme ve temel paylaşımlarla sınırlı olan Facebook, zaman içerisinde fotoğraf, video ve durum güncellemeleri gibi birçok özelliği bünyesine katmıştır. Teknolojik yeniliklere hızla adapte olması, platformun kullanıcı sayısının sürekli olarak artmasını sağlamaktadır. Statista verilerine göre, 2024 yılı itibarıyla Facebook'un aktif kullanıcı sayısı 2,85 milyarı geçmiştir (Statista, 2024). Facebook, bu büyüklüğüyle yalnızca en popüler sosyal ağ platformu değil, aynı zamanda dünya çapında en değerli şirketlerden biri haline gelmiştir (Binark, Çomu, vd., 2014). 2019 yılında yaklaşık 100 milyar dolar olan piyasa değeri (Mosco ve Fuchs, 2019), günümüzde 1 trilyon doları aşmıştır.

Facebook'un ulaştığı bu ekonomik büyüklük, eleştirel ekonomi politik perspektiften incelendiğinde, dijital emek ve veri kapitalizmi kavramları ile ilişkilendirilebilir. Öncelikle, kullanıcıların platformda geçirdiği süre boyunca ürettikleri veriler, platformun temel gelir kaynağını oluşturmaktadır. Facebook, ücretsiz hizmet sunarak geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmakta ve bu kullanıcıların ürettiği içerikler üzerinden reklam gelirleri elde etmektedir. Bu bağlamda, kullanıcılar platforma ücretsiz emek sağlarken, şirket bu emeği ticari bir değere dönüştürmektedir. Ayrıca, kullanıcıların kişisel verilerinin toplanarak reklam verenlere satılması, Facebook'un ekonomik başarısının temel dinamiklerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Böylece şirket, geleneksel medya sektöründeki reklam modellerinden farklı olarak, bireyselleştirilmiş reklamlar sunarak yüksek kârlılık elde etmektedir (Fuchs, 2014).

Eleştirel ekonomi politik perspektife göre, Facebook'un başarısı yalnızca teknolojik yeniliklerle değil, aynı zamanda kullanıcılarının verilerini bir meta haline getirme süreciyle doğrudan ilişkilidir. Platform, kullanıcılarının ilgi alanları, siyasi görüşleri, sosyal ilişkileri gibi verileri analiz ederek hedeflenmiş reklamcılığı bir gelir modeli olarak kullanmaktadır. Bu durum, kullanıcıların mahremiyetine yönelik tartışmaları da beraberinde getirmekte, veri sömürsüne dayalı iş modellerinin etik boyutları akademik çevrelerde yoğun bir şekilde eleştirilmektedir (Zuboff, 2019). Özellikle Cambridge Analytica skandalı gibi olaylar, sosyal ağların sahip olduğu veri gücünün demokratik süreçler üzerinde nasıl bir etkiye sahip olabileceğini göstermiştir.

Sonuç olarak, sosyal ağların gelişimi ve yaygınlaşması, bireylerin dijital ortamda etkileşim kurmasını kolaylaştırırken, bu platformların ekonomi politik boyutları dikkate alındığında, büyük teknoloji şirketlerinin kullanıcı verilerini nasıl işlediği ve gelir modellerini nasıl oluşturduğu önemli bir tartışma konusu haline gelmektedir. Facebook gibi sosyal ağ platformları, yalnızca iletişim ve paylaşım ortamları olarak değil, aynı zamanda dijital kapitalizmin merkezinde konumlanan veri odaklı ekonomik yapılar olarak da değerlendirilmektedir. Bu durum, sosyal ağların bireyler üzerindeki etkilerinin yalnızca sosyolojik bir perspektiften değil, ekonomi politik bir çerçevede de ele alınmasını gerektirmektedir.

4. ENFORMASYONUN METALAŞMASI

Ekonomi politik yaklaşım, kapitalist düzen içindeki kaynakların ve sermayenin üretim, dağıtım ve tüketim süreçleri çerçevesinde toplumsal ilişkileri ve iktidar mekanizmalarını nasıl biçimlendirdiğini incelemektedir. Bu yaklaşım, özellikle iletişimsel kurumların ekonomik ve siyasal yapılarının, tüketiciler üzerindeki etkilerini ve tüketici davranışlarındaki dönüşümleri ne ölçüde belirlediğini analiz etmektedir (Mosco, 2009). Eleştirel ekonomi politik perspektif ise iktidar örgütlenmesi, sermaye birikimi ve dağılımındaki eşitsizlikler gibi yapısal dinamiklerin toplumsal yapı üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, tarihsel süreçler ve iktidar ilişkileri temelinde toplumsal yapıların nasıl biçimlendiğini çözümlemeye çalışmaktadır. Bu bağlamda yalnızca kurumsal ve örgütsel çıkarlar değil, aynı zamanda toplumsal eşitsizlikler, sınıfsal çatışmalar ve medya içerikleri üzerinden üretilen ideolojik yapılar da mercek altına alınmaktadır. Eleştirel ekonomi politik kuramı, tüketim sürecini bireysel tercihler üzerinden değil, geniş çaplı toplumsal etkiler çerçevesinde (Yaylagül, 2013).

İletişim teknolojileri ve dijitalleşme süreçleri, küresel kapitalizmin işleyişini derinlemesine etkileyen faktörlerden biri haline gelmiştir. Ağ teknolojilerinin dünya genelinde toplumsal yapıları birbirine bağımlı hâle getirmesi ve sosyal medyanın kitlesel etkileşim için güçlü bir mecra sunması, kapitalist üretim ilişkileri açısından oldukça cazip görülmektedir. (Castells, 2005), kapitalizmin küresel ekonomi çerçevesinde toplumsal ilişkileri tarihte ilk kez böylesine kapsamlı bir biçimde şekillendirdiğini belirtirken, (Schiller, 1996) ise bu dönüşümün kapitalizmin dijitalleşmesiyle yakından ilişkili olduğunu vurgulamaktadır.

Schiller'e göre, dijital kapitalizmin temel dinamiklerinden biri, çokuluslu şirketlerin ağ yapıları üzerinden ekonomik ve toplumsal süreçleri yönlendirme gücünü artırmalarıdır. Teknolojik gelişmeler, bu şirketlerin ulaşım ve dağıtım ağlarını genişletmelerini sağlarken, (Heywood, 2022), bu süreci "ekonomik küreselleşme" olarak tanımlamaktadır. Medya içeriklerinin ticari formlara büründürülerek kapitalist üretim ilişkilerine entegre edilmesi, medya kuruluşlarının siyasal ve ekonomik güçler tarafından yönlendirilmesine yol açmaktadır (Garnham, 2000).

İletişim teknolojileri ve medya alanındaki üretim süreçleri, büyük ölçüde sermaye sahipleri ve siyasal aktörlerin çıkarları doğrultusunda şekillenmektedir (Akın, 2021). Herman ve Chomsky'nin medya mülkiyeti üzerine yaptığı araştırmalar, medya içeriklerinin gösterimi ve dağıtımında iktidar ilişkilerinin kritik bir faktör olduğunu göstermektedir. Egemen ideoloji ve sermaye birikimi, medya ortamlarında üretilen içeriklerin sınırlarını belirlemekte ve medya kuruluşlarını belirli bir söylemi yeniden üretmeye zorlamaktadır. Eleştirel ekonomi politik perspektife göre, iletişim teknolojilerinin tarafsız veya nesnel bir biçimde kullanıldığı düşüncesi yanıltıcıdır. Aksine, bu teknolojiler belirli amaçlara hizmet edecek şekilde yapılandırılmış ve sermaye mantığı doğrultusunda işleyen bir sistemin parçası hâline gelmiştir (Yaylagül, 2013).

İnternetin küresel çapta yaygınlaşması, bu platformun ticari bir mecra olarak sömürülmesini de beraberinde getirmiştir (Polat, 2005). Özellikle internet reklamcılığı, kullanıcı verilerinin toplanması ve hedeflenmiş içerik sunulması yoluyla kapitalist üretim ilişkileri açısından yeni bir kâr alanı yaratmıştır. Dijital kapitalizm bağlamında enformasyon da ticarileşmiş bir meta hâline gelmiş, küresel şirketler ve siyasal aktörler tarafından yönlendirilir bir konuma ulaşmıştır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların hem içerik üreticisi hem de tüketicisi olduğu mecralar olarak öne çıkmaktadır. Ancak, bu mecralarda dolaşıma giren içeriklerin kontrolü ve düzenlenmesi, sermaye sahipleri ve siyasal iktidarlar tarafından şekillendirilmektedir (Underwood, 2002). Algoritmik sistemler, kullanıcıların tüketim alışkanlıklarını analiz ederek bireysel tercihlere uygun içerikler sunarken, aynı zamanda kullanıcıların belirli düşünce kalıpları içinde yönlendirilmesine yol açmaktadır (Pariser, 2011).

Shoshana Zuboff'un (2019) "Gözetim Kapitalizmi" kavramı, sosyal medya platformlarının kullanıcı verilerini yalnızca analiz etmekle kalmayıp, aynı zamanda bu veriler üzerinden gelecekteki kullanıcı davranışlarını öngörme ve yönlendirme stratejileri geliştirdiğini ortaya koymaktadır. Yapay zeka destekli algoritmalar, kullanıcı deneyimini optimize etmek ve reklam gelirlerini artırmak amacıyla kişiselleştirilmiş içerikler sunmakta, ancak bu durum aynı zamanda fikir yankı odaları ve filtre balonlarının oluşmasına da sebep olmaktadır.

Facebook gibi platformlar, kullanıcı verilerini analiz ederek hedefli reklamcılık uygulamaları geliştirmekte ve bu verileri istihbarat ve analiz şirketleriyle paylaşarak ekonomik çıkarlar doğrultusunda kullanmaktadır (Binark, Yıldırım, vd., 2014). Bu çerçevede sosyal medya, yalnızca bir iletişim alanı değil, aynı zamanda küresel sermayenin ve siyasal güçlerin kontrol mekanizmalarından biri hâline gelmiştir.

Sonuç olarak, dijitalleşme ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, kapitalist üretim ilişkilerinin biçimlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Medya içerikleri, reklamcılık stratejileri ve kullanıcı verilerinin ticari amaçlarla işlenmesi, küresel şirketlerin ve siyasal iktidarların bu alandaki hakimiyetini pekiştirmektedir. Eleştirel ekonomi politik perspektif, iletişim teknolojilerinin yalnızca teknik araçlar olmadığı, aksine toplumsal yapılar ve güç ilişkileri tarafından şekillendirildiği gerçeğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, dijital kapitalizmin medya ve iletişim üzerindeki etkileri, hem ekonomik hem de ideolojik düzeyde kapsamlı bir şekilde ele alınmalıdır.

5. GÖZETİM KAPİTALİZMİ VE FACEBOOK

Günümüzde bilgi, en büyük siyasal güçlerden biri olarak kabul edilmektedir. Özellikle sanayi sonrası toplumlara bakıldığında, iktidarın enformasyonla olan ilişkisini sürekli olarak güçlendirdiği görülmektedir. Modern toplumlarda iktidar sahipleri, gücünü koruyabilmek adına enformasyona bağımlı hale gelmiştir. Enformasyonun üretimi, dağıtımı, tüketimi ve denetimi, siyasal otoritenin egemenliğini sürdürebilmesi açısından kritik bir işlev görmektedir (Foucault, 2023). Sosyal ağlar, küresel kapitalist sistemin ve politik manipülasyonun etkin şekilde kullanılabilirdiği alanlardan biridir. Bu platformlar, sadece bireysel iletişim mecraları olmanın ötesinde, egemen ideolojinin yeniden üretildiği ve iktidarın sürdürülmesine hizmet eden yapılar olarak da işlev görmektedir. (Castells, 2012), sanal ağların, siyasal güçler için ayrıcalıklı iktidar aygıtları haline geldiğini vurgulamaktadır. Ağ yapısının genişliği ve çeşitliliği, toplumları yönlendirme ve hatta manipüle etme açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Castells, ana akım medyanın oluşturduğu gündemi kitlesel olarak hızla yayma çabası nedeniyle, toplumsal değişim aktörlerinin sanal mecraları yoğun bir şekilde kullandığını ifade etmektedir. Bu durum, siyasal elitlerin ve

diğer güçlü aktörlerin çıkarları doğrultusunda hareket etmelerini ve belirli ideolojik söylemleri kolayca yayabilmelerini sağlamaktadır.

Öte yandan internet ve sosyal medya, otoriter rejimler tarafından vatandaşları izlemek ve kontrol etmek için kullanılan araçlar haline gelmiştir. Kullanıcıların sosyal medyada yaptığı paylaşımlar, beğenileri ve çevrimiçi davranışları büyük veri tabanlarında saklanmakta, bu da bireylerin hızlı, etkili ve düşük maliyetle izlenmesine olanak tanımaktadır. Sosyal medya platformları, bireylerin dijital izlerini sürerek kullanıcıları belirli kategorilere ayırmakta ve onların davranışlarını tahmin etmeye yönelik algoritmalar geliştirmektedir. Bu durum, dijital gözetim kavramının en belirgin örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Bağlı, 2011).

İnternet, günümüzde devletler için en önemli istihbarat kaynaklarından biri haline gelmiştir. Son yirmi yılda bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, dijital veri tabanlarının, sosyal ağların ve yapay zeka destekli algoritmaların yaygınlaşması, bireylerin sürekli olarak izlenebilir hale gelmesine neden olmuştur. Bu süreç, Foucault'nun panoptikon metaforunu anımsatmaktadır. Panoptikon modelinde bireyler, sürekli gözetlendiklerini düşünerek hareket eder ve dolayısıyla belirli bir otoritenin kontrol mekanizması içinde kalırlar (Bauman ve Lyon, 2021). Günümüz dijital ortamında da benzer bir yapı oluşmuş, internet kullanıcıları kendilerini görünmez bir ağ içinde hapsedilmiş bulmuşlardır (Çaycı ve Çaycı, 2016). Sosyal medya platformları, bireylerin çevrimiçi ortamda ne tür bilgilere erişebileceğini ve hangi içeriklere maruz kalacaklarını belirleyen güçlü algoritmalarla sahiptir. Facebook gibi platformlar, yapay zeka destekli algoritmalar kullanarak kullanıcıların yalnızca ilgi duyduğu içerikleri görmesini sağlayarak “filtre balonları” ve “yankı odaları” yaratmaktadır (Pariser, 2011). Bu durum, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirmekte ve farklı görüşlere erişimi kısıtlamaktadır. Ayrıca sosyal medya platformları, dezenformasyonun yayılmasına da zemin hazırlamaktadır. 2016 ABD başkanlık seçimlerinde, Facebook üzerinden yayılan manipülatif içerikler, algoritmaların yanlış bilgi yaymada nasıl kullanılabileceğini gözler önüne sermiştir. Bu tür durumları engellemek için Avrupa Birliği'nin GDPR (Genel Veri Koruma Yönetmeliği) gibi düzenlemeleri devreye girmiştir. Ancak Facebook ve benzeri platformların algoritmaları, Castells'in (Castells, 2005) belirttiği gibi, iktidar ilişkilerini pekiştiren ve yeniden üreten araçlar olarak varlığını sürdürmektedir. Bu algoritmaların etik boyutları da önemli bir tartışma konusudur. Cambridge Analytica skandalı, Facebook'un kullanıcı verilerini manipülatif amaçlarla nasıl kullanabildiğini göstermiştir. Shoshana Zuboff'un “Gözetim Kapitalizmi” kavramına göre (Zuboff, 2019), Facebook gibi şirketler, kullanıcı verilerini analiz etmenin ötesinde, bu verilerle gelecekteki davranışları öngörmeye ve yönlendirmeye yönelik tahmin modelleri geliştirmektedir. Bu süreç, yalnızca bireysel özgürlükleri değil, aynı zamanda toplumsal yapıları da doğrudan etkilemektedir.

Sonuç olarak, sosyal medya platformları yalnızca bireylerin sosyalleşme alanları değil, aynı zamanda küresel sermaye ve siyasi iktidarların denetim mekanizmalarına dönüşmüş yapılarıdır. Facebook gibi şirketler, kullanıcı verilerini ekonomik ve politik çıkarlar doğrultusunda işleyerek, bireylerin davranışlarını şekillendiren ve egemen ideolojiyi yeniden üreten araçlara dönüşmüştür. Bu nedenle dijital ortamda bilgiye erişim ve özgürlük konuları, günümüzde daha önce hiç olmadığı kadar kritik bir mesele haline gelmiştir.

6. DİJİTAL HEGEMONYA VE KURAMSAL TEMELLER

Dijital kapitalizmin medya, siyaset ve toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini bütüncül biçimde anlamlandırmak, yalnızca iletişim alanı içinde değil; aynı zamanda sosyoloji ve siyaset bilimi gibi disiplinlerin kuramsal yaklaşımlarıyla mümkün hale gelmektedir. Facebook gibi sosyal medya platformları, hem bireysel öznellik biçimlerini yeniden inşa eden hem de kamusal alanın dönüşümüne yön veren yapılar haline gelmiştir. Bu bağlamda, eleştirel kuram geleneğinden gelen düşünürlerin görüşleri, dijital hegemonya süreçlerini daha derinlemesine kavramsallaştırmak açısından önemli bir zemin sunmaktadır. Jürgen Habermas'ın kamusal alan kuramı, özellikle dijital medya ortamlarının demokratik iletişim süreçleri üzerindeki etkisini değerlendirmek açısından kritik bir referans noktasıdır. Habermas'a göre kamusal alan, bireylerin rasyonel tartışmalar yoluyla fikir alışverişinde bulunduğu, devlet dışı ancak toplumsal olarak düzenlenmiş bir iletişim alanıdır (Habermas, 1989). Ancak dijital medya platformlarında bu ideal tipten sapmalar meydana gelmektedir. Facebook gibi algoritma temelli platformlar, kullanıcıları yalnızca etkileşim düzeyine göre sıralanan içeriklere maruz bırakarak rasyonel iletişim yerine duygusal tepkiler ve yankı odaları üretmektedir. Bu durum, kamusal alanın ticarileşmesi ve özelleşmesi sürecine işaret etmekte, dolayısıyla dijital medya ortamlarında Habermas'ın öngördüğü demokratik müzakere koşullarının ciddi biçimde aşıldığını göstermektedir (Dean, 2003).

Antonio Gramsci'nin hegemonya kuramı ise, dijital platformların ideolojik yönlendirme işlevini açıklamak açısından önemli bir çerçeve sunmaktadır. Gramsci'ye göre hegemonya, yalnızca zor yoluyla değil, aynı zamanda

rıza üretimi yoluyla kurulan bir iktidar biçimidir (Gramsci, 1971). Facebook'un içerik akış algoritmaları, belirli ideolojik kalıpları sürekli olarak görünür kılarak kullanıcıların dünyayı algılama biçimlerini yapılandırmakta ve dolaylı bir rıza mekanizması inşa etmektedir. Bu bağlamda platformun işleyişi, neoliberal değerlerin yeniden üretildiği, tüketime dayalı öznelliklerin teşvik edildiği bir ideolojik aygıt olarak değerlendirilebilir (Fuchs, 2021). Kullanıcının karşısına çıkan içerikler, yalnızca bireysel tercihlerle şekillenmiyor; tersine, ekonomik rant sağlayacak içeriklerin öne çıkarılması yoluyla kullanıcı davranışı yönlendiriliyor ve "rızanın algoritmik üretimi" gerçekleşiyor.

Michel Foucault'nun iktidar ve gözetim kuramları ise Facebook'un kullanıcı davranışlarını nasıl disipline ettiğini ve bireyleri nasıl dijital öznellere dönüştürdüğünü anlamak açısından önemli açılımlar sunar. Foucault'ya göre modern iktidar, yalnızca yasaklayan değil, aynı zamanda bilgi üreterek bireyleri denetleyen ve özneleştirilen bir yapıdır (Foucault, 1977). Facebook, kullanıcıların tercihlerine dair detaylı veri setleri oluşturarak yalnızca onları izlemekle kalmaz, aynı zamanda algoritmik tercihler yoluyla hangi içeriklere nasıl tepki vereceklerini öngörmeye ve yönlendirmeye çalışır. Bu durum, Foucault'nun panoptikon metaforunun dijital bir biçimde yeniden üretimi olarak değerlendirilebilir. Kullanıcılar, sürekli izlendiklerinin bilinciyle hareket ederken, görünmeyen ama işlevsel bir algoritmik disiplin mekanizması altında kendi davranışlarını düzenlemektedir (Lyon, 2018). Bunlara ek olarak, Pierre Bourdieu'nün sembolik sermaye ve habitus kavramları da dijital ortamlarda kültürel üretim ve tüketim pratiklerini analiz etmede işlevsel bir zemin sunmaktadır. Facebook, kullanıcıların toplumsal konumlarını dijital temsiller üzerinden inşa ettikleri bir alan olarak, sosyal statü rekabetinin ve kültürel sermayenin yeni türlerini üretmektedir. Platformun beğeni, paylaşım ve yorum gibi mekanizmaları, bireysel görünürlük üzerinden değer üretimini teşvik ederek dijital alanı simgesel mücadelelerin yeni mekânı haline getirmektedir (Couldry ve van Dijk, 2015).

Sonuç olarak, dijital hegemonya süreçlerini anlamak için iletişim kuramları tek başına yeterli değildir. Habermas'ın kamusal alanı, Gramsci'nin rıza ve hegemonya analizi, Foucault'nun gözetim ve özneleştirme kavramsallaştırması ve Bourdieu'nün toplumsal alan ve sermaye yaklaşımı, Facebook'un dijital kapitalizm bağlamındaki konumunu disiplinlerarası bir şekilde analiz etmeyi mümkün kılmaktadır. Bu kuramsal çoğulluk, çalışmanın medya-sosyoloji-siyaset bilimi kesişiminde yer alan yapısını güçlendirerek, dijital platformların toplumsal etkilerini daha kapsamlı bir biçimde değerlendirmeye olanak sunmaktadır.

7. DİJİTAL HEGEMONYA VE ULUSLARARASI POLİTİKA

Geleneksel uluslararası ilişkiler yaklaşımlarında güç, çoğunlukla askeri kapasite ve ekonomik hâkimiyetle tanımlanırken; bilgi çağında bu güç tanımı, dijital altyapılar ve küresel bilgi akışını yönlendirme kapasitesiyle yeniden şekillenmiştir. Sosyal medya platformları, yalnızca kültürel etki alanları değil, aynı zamanda dış politika stratejilerinde aktif kullanılan dijital enformasyon araçları haline gelmiştir. Facebook gibi küresel teknoloji şirketleri, devlet-dışı aktörler olarak uluslararası sistemin işleyişinde belirleyici roller üstlenmektedir. Bu bağlamda, platform kapitalizmi yalnızca bir ekonomik düzenlemeyi değil, aynı zamanda ulus-devletler arasındaki güç ilişkilerinin dönüşümünü de içermektedir (Couldry ve Mejias, 2019). Joseph Nye'nin "yumuşak güç" (soft power) kavramı, bir ülkenin küresel düzeyde ikna, çekicilik ve norm üretimi yoluyla etki kurma kapasitesine odaklanır (Nye, 2004). Facebook gibi sosyal medya platformları, bu yumuşak güç ilişkilerinin taşıyıcısı haline gelmiştir. Özellikle demokratik değerler, yaşam tarzları ve kültürel normlar, Facebook'un içerik algoritmaları aracılığıyla küresel ölçekte dolaşıma sokulmakta ve belirli ideolojik yönelimlerin normalleşmesine katkı sunmaktadır. Bu durum, platformların jeopolitik rekabetin bir bileşeni haline geldiğini göstermektedir.

Uluslararası ilişkiler literatüründe önemli bir yere sahip olan Susan Strange'in yapısal güç yaklaşımı ise, küresel ekonomik ve bilgi yapılarının kontrolünü elinde bulunduran aktörlerin, uluslararası düzlemde kalıcı güç tesis ettiğini ileri sürmektedir (Strange, 1996). Strange'e göre, yapısal gücü elinde tutan aktörler yalnızca norm üretmekle kalmaz, aynı zamanda "ne üretilir, ne tüketilir, ne öğrenilir" sorularının yanıtlarını da belirler. Facebook'un kullanıcı verilerine dayalı içerik düzenleme ve bilgi sıralama gücü, küresel bilgi akışını yapılandırarak uluslararası sistemdeki bilgi dengesizliğini pekiştirmektedir. Bu bağlamda Facebook, yalnızca ekonomik sermaye birikimini değil, aynı zamanda ideolojik tahakkümün yeniden üretimini de sağlamaktadır (Thussu, 2018). Facebook'un ulus-devletlerin dijital egemenliğini zayıflatığına dair tartışmalar da giderek artmaktadır. Dijital egemenlik, bir devletin kendi bilgi alanını düzenleme, kontrol etme ve dış müdahalelere karşı koruma kapasitesiyle ilgilidir (DeNardis, 2014). Ancak küresel sosyal medya platformları, bu kapasiteyi aşındırarak devletlerin iç işlerine algoritmik müdahale olanağı yaratmaktadır. Örneğin 2023 Türkiye

Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde, Facebook'un mikro-hedefleme araçları aracılığıyla farklı demografik gruplara yönelik içerikler yaygınlaştırılmış ve seçmen davranışları algoritmik müdahaleye açık hale gelmiştir. Bu durum, devletlerin seçim süreçlerine yönelik dışsal dijital etkileri denetleyemediği bir uluslararası bilgi rejiminin oluştuğunu göstermektedir.

Öte yandan, platformların bu gücüne karşı çeşitli normatif düzenlemelerin gelişmekte olduğu da görülmektedir. Avrupa Birliği'nin Dijital Hizmetler Yasası (Digital Services Act), teknoloji şirketlerinin algoritmik şeffaflık sağlaması ve içerik sorumluluğunu üstlenmesi yönünde düzenlemeler getirmektedir (European Commission, 2022). Bu durum, dijital alanın yalnızca özel sektör dinamikleriyle değil, aynı zamanda uluslararası hukuki ve politik çerçevelerle de şekillenmeye başladığını göstermektedir.

Sonuç olarak, Facebook'un dijital kapitalizmdeki hegemonik konumu, uluslararası ilişkiler literatüründe klasik güç tanımlarının yeniden düşünülmesini gerektirmektedir. Bilgi, yalnızca ekonomik veya kültürel bir unsur değil, aynı zamanda stratejik bir dış politika aracına dönüşmüştür. Sosyal medya platformlarının küresel güç dengeleri üzerindeki etkisi, yalnızca medya çalışmaları ya da iletişim perspektifinden değil, uluslararası politika teorileri çerçevesinde de ele alınmalı ve dijital hegemonya, yeni bir yapısal güç biçimi olarak değerlendirilmelidir.

8. VAKA İNCELEMELERİ

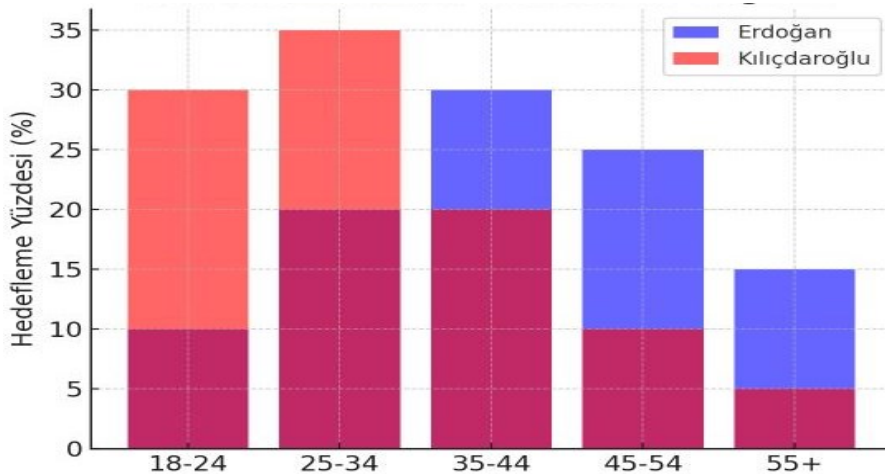
Dijital medya, seçim kampanyalarının vazgeçilmez bir unsuru hâline gelmiş ve seçmen davranışlarını etkilemede kritik bir araç olarak kullanılmaktadır. Özellikle Facebook, geniş kullanıcı kitlesi ve detaylı hedefleme seçenekleriyle, siyasi aktörlerin seçmenlere doğrudan ulaşmasını sağlamaktadır (Bakshy vdf., 2015). Bu bağlamda, Türkiye'de, ABD ve Avrupa'da gerçekleştirilen 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri sürecinde Facebook'un etkisi incelenerek, hem kampanya stratejileri hem de platformda yayılan dezenformasyonun seçim sürecine etkileri değerlendirilmiştir.

8.1. Türkiye: 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde Facebook'un Rolü

2023 seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun kampanya ekipleri, Facebook'un reklam hedefleme araçlarını etkin bir şekilde kullanmıştır. Meta Reklam Kütüphanesi'nden elde edilen verilere göre Recep Tayyip Erdoğan'ın kampanya ekibi, muhafazakâr seçmenlere ve kırsal kesime hitap eden içerikler üretmiş, özellikle milliyetçi ve dini vurgular içeren mesajlarla seçmen kitlesini konsolide etmeye çalışmıştır. Kampanyanın %65'inin 35 yaş üstü bireylere yönlendirildiği gözlemlenmiştir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun kampanya ekibi ise genç seçmenleri hedefleyen ve kentli kitleye hitap eden içerikler paylaşmıştır. Özellikle "Gençler İçin Yeni Bir Türkiye" sloganıyla yayımlanan reklamlar, 18-30 yaş aralığında yoğunlaşmıştır.

Facebook'un sağladığı hedefleme araçları sayesinde, her iki adayın da farklı demografik gruplara özel stratejiler geliştirdiği gözlemlenmiştir.

Şekil 1. Facebook Reklam Hedefleme Dağılımı



Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir.

Bu grafik, 2023 Türkiye seçimleri sürecinde Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Facebook reklam hedefleme stratejilerini yaş gruplarına göre analiz etmektedir. Grafik, dijital hegemonya ve mikro-hedefleme kavramları çerçevesinde değerlendirildiğinde, sosyal medya platformlarının seçmen davranışlarını şekillendirme kapasitesine dair önemli bulgular sunmaktadır.

Grafik, adayların farklı yaş gruplarına yönelik dijital kampanya stratejilerini ortaya koymaktadır:

- 18-34 Yaş Grubu: Kılıçdaroğlu'nun kampanyası bu yaş grubuna yönelik daha yoğun reklam harcamaları yapmıştır. Özellikle 25-34 yaş aralığında reklam yoğunluğunun en yüksek seviyeye ulaşması, genç seçmenlere yönelik katılımcı demokrasi, ekonomik reformlar ve eğitim gibi konuların ön planda tutulduğunu göstermektedir. Bu durum, gençlerin sosyal medya kullanım oranlarının yüksek olmasıyla da ilişkilendirilebilir.
- 35-54 Yaş Grubu: Erdoğan'ın kampanyasının 35 yaş ve üstü seçmenler arasında daha yaygın olduğu görülmektedir. Bu yaş grubu, geleneksel muhafazakâr seçmen profili ile örtüşmekte ve kampanya mesajlarının dini, milliyetçi ve istikrar vurgusu içerdiğine işaret etmektedir.
- 55+ Yaş Grubu: Bu yaş grubunda Erdoğan'ın kampanyasının daha fazla reklam gösterdiği görülmektedir. Kırsal kesimde ve geleneksel medya araçlarına daha bağımlı olan bu seçmen kitlesine Facebook üzerinden ulaşılması, dijitalleşmenin geleneksel siyasal katılım kanallarını dönüştürdüğünü göstermektedir.

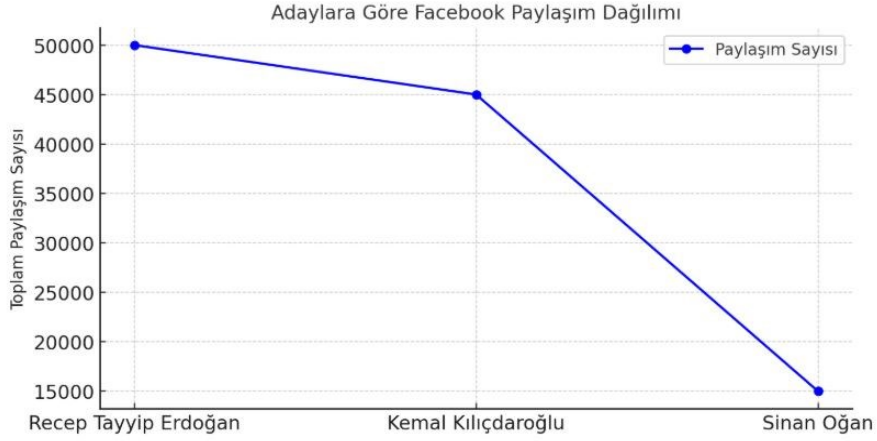
Facebook'un gelişmiş algoritmaları, siyasi kampanyaların seçmen davranışlarını etkilemesine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda:

- Psikografik Hedefleme: Kampanyaların seçmenlerin yaş grubu ve muhtemel politik eğilimlerine göre şekillendirilmesi, Cambridge Analytica skandalıyla da tartışılan psikografik modelleme tekniklerinin etkinliğini göstermektedir (Cadwalladr ve Graham-Harrison, 2018).
- Mikro-Hedefleme: Facebook'un sunduğu mikro-hedefleme araçları sayesinde her iki aday da seçmen tabanlarını konsolide edecek şekilde içerik üretmiştir. Örneğin, Erdoğan'ın daha yaşlı seçmenlere, Kılıçdaroğlu'nun ise genç seçmenlere odaklanması, bireylerin medya tüketim alışkanlıklarına dayalı bir stratejik seçim olarak değerlendirilebilir.

Bu analiz, siyasal iletişim ve dijital medya çalışmaları bağlamında önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Öncelikle, seçim kampanyalarının dijitalleşmesi, geleneksel propaganda yöntemlerinden farklı olarak, adayların seçmen gruplarını doğrudan hedefleyerek kişiselleştirilmiş mesajlar iletmelerine imkân tanımaktadır. Bu durum, siyasi kampanyaların etki alanını genişleterek seçmen davranışlarını daha doğrudan şekillendirmelerine olanak sağlamaktadır. Bununla birlikte, sosyal medyanın seçmen tercihleri üzerindeki etkisi dikkate alındığında, algoritmaların bireyleri yalnızca kendi politik görüşlerini pekiştiren içeriklere maruz bırakma potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Bu süreç, yankı odaları (echo chambers) oluşumunu teşvik ederek, seçmenlerin farklı görüşlere maruz kalmasını sınırlamakta ve kutuplaşmayı artırıcı bir etki yaratmaktadır. Ayrıca, veri odaklı siyasi kampanyaların yaygınlaşması, dijital platformların sunduğu mikro-hedefleme olanakları sayesinde adayların seçmen demografisine yönelik stratejilerini daha hassas bir biçimde belirlemelerini sağlamaktadır. Bu bağlamda, büyük veri analitiği ve algoritmik yönlendirme, siyasal iletişim süreçlerinde belirleyici unsurlar hâline gelmekte ve geleneksel siyasi kampanya yöntemlerinin yerini giderek daha fazla dijital stratejilere bırakmasına yol açmaktadır.

Özellikle sosyal medya platformlarının algoritmik yapısı, yankı odalarının (echo chambers) oluşumunu destekleyerek bireyleri yalnızca kendi görüşleriyle örtüşen içeriklere maruz bırakmaktadır. Bu, siyasi kutuplaşmayı derinleştirirken, seçmenlerin karşıt görüşlere erişimini kısıtlayarak demokratik tartışma ortamını zayıflatabilmektedir.

Şekil 2. Adaylara Göre Facebook Paylaşım Dağılımı



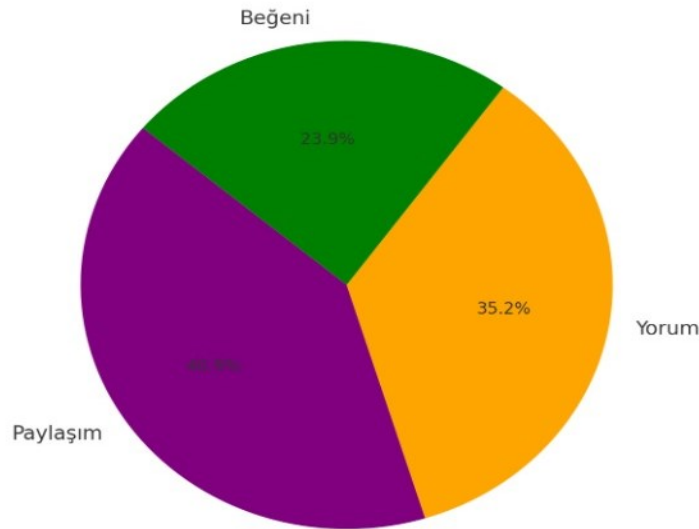
Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir.

Şekil 2’de yer alan oranlar, Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu arasında çevrimiçi popülerlik açısından ciddi bir rekabet olduğunu, Sinan Oğan’ın ise seçmen tabanı açısından oldukça sınırlı bir çevrimiçi desteğe sahip olduğunu göstermektedir.

Sayısal verilere göre Recep Tayyip Erdoğan’ın paylaşım sayısı, rakiplerine kıyasla daha yüksek görünürlük sağlamıştır. Bu fark, sadece destekçi kitlenin büyüklüğünden değil, Facebook algoritmalarının içeriği nasıl yaydığına da bağlı olabilir. Daha popüler ya da daha sık paylaşılan içerikler, algoritmalar tarafından daha geniş bir kitleye ulaştırılabilir, bu da adaylar arasında gözle görülür farklar yaratabilir.

Sayısal veriler, sosyal medyanın siyasal kampanyalar üzerindeki etkisini analiz etmek için önemli ipuçları sunmaktadır. Facebook paylaşım sayıları, adayların çevrimiçi mobilizasyon gücünü ve destekçi kitlelerinin dijital medya alışkanlıklarını yansıtmaktadır. Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu’nun yüksek performansları, sosyal medyanın siyasal iletişimde kritik bir rol oynadığını ortaya koyarken, Sinan Oğan’ın düşük performansı, dijital medya stratejisindeki eksikliklere işaret etmektedir.

Şekil 3. Dezeformasyon İçeriklerinin Etkileşim Türlerine Göre Dağılımı



Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir.

2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı seçimleri bağlamında sosyal medya kullanıcıları tarafından yayılan dezenformasyon içeriklerinin Facebook üzerindeki etkileşim türlerine göre dağılımını gösteren grafik, bu tür içeriklerin seçmenler tarafından nasıl karşılandığını ve yayıldığını anlamak açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Grafik üç temel etkileşim türünü içermektedir: paylaşım (40.9%), yorum (35.2%) ve beğeni (23.9%).

- Paylaşım (40.9%) oranıyla dezenformasyon içeriklerine verilen en yaygın tepkidir. Bu, yanlış bilgilerin sosyal medya kullanıcıları tarafından hızlı ve geniş çapta yayıldığını göstermektedir.
- Yorumlar (35.2%), dezenformasyon içeriğine dair kullanıcıların aktif katılım gösterdiğini, içeriğe dair tartışmaların yoğun olduğunu göstermektedir.
- Beğeniler (23.9%) ise kullanıcıların içeriği onaylama veya destekleme eğilimini yansıtmaktadır.

Bu dağılım, dezenformasyon içeriklerinin yalnızca pasif bir şekilde tüketilmediğini, aynı zamanda kullanıcılar tarafından aktif olarak paylaşıldığını ve tartışıldığını ortaya koymaktadır.

Grafikte en büyük payın paylaşımlar olduğu görülmektedir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların en çok etkileşim verdiği içerikleri öne çıkaran algoritmalara sahiptir. Bu bağlamda, sansasyonel ve duygusal açıdan kışkırtıcı dezenformasyon içeriklerinin paylaşılma oranı yükselmektedir. Paylaşım oranının yüksek olması, Facebook'un etkileşim temelli algoritmalarının yanlış bilgilerin yayılmasını teşvik edebileceğini göstermektedir.

Ayrıca, bireylerin psikolojik olarak inanmak istedikleri bilgileri paylaşma eğiliminde olduğu bilinmektedir. Bu durum onay yanlılığı (confirmation bias) çerçevesinde açıklanabilmektedir. Kullanıcılar, kendi dünya görüşlerine uygun düşen dezenformasyon içeriklerini sorgulamadan yayma eğilimindedirler.

Yorumların %35,2 gibi yüksek bir orana sahip olması, dezenformasyon içeriklerinin sosyal medyada geniş çaplı tartışmalara yol açtığını göstermektedir. Bu durumun iki yönü olabilir:

- Dezenformasyonun pekiştirilmesi: Kullanıcılar, içeriğin doğruluğunu sorgulamadan destekleyici yorumlar yazabilir, bu da dezenformasyonun daha güvenilir algılanmasına yol açabilir.
- Düzeltici geri bildirimler: Bazı kullanıcılar dezenformasyonu çürütmeye yönelik yorumlar yapabilir. Ancak literatür, yanlış bilgilerin çürütülmesinin çoğu zaman etkisiz kaldığını ve yanlış bilginin uzun vadede hafızada kalmaya devam ettiğini göstermektedir.

Bu bağlamda, yüksek yorum oranı dezenformasyonun geniş bir yankı uyandırdığını ancak bu yankının ne ölçüde doğrulama veya çürütme içerdiğinin araştırılması gerektiğini göstermektedir.

Grafikte beğeniler (23.9%), diğer etkileşim türlerine kıyasla daha düşük bir orana sahiptir. Bu durum, kullanıcıların dezenformasyon içeriğiyle yalnızca pasif bir şekilde etkileşime girmek yerine, yorum yapma ve paylaşma gibi daha aktif yöntemleri tercih ettiğini göstermektedir.

Siyasal iletişim bağlamında bu durum, yanlış bilgilerin yalnızca bireysel olarak tüketilmekle kalmayıp, toplumsal tartışmalara yol açtığını ve kitlesel yayılım potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bu analiz, seçim süreçlerinde dezenformasyonun nasıl yayıldığını ve seçmenleri nasıl etkileyebileceğini anlamak açısından önemli bulgular sunmaktadır:

- Dezenformasyon içeriklerinin büyük oranda paylaşılması, bu tür bilgilerin hızlı ve kontrolsüz bir şekilde yayıldığını göstermektedir. Algoritmaların ve kullanıcı davranışlarının etkisiyle yanlış bilgi geniş kitlelere ulaşabilmektedir.
- Yüksek yorum oranı, dezenformasyonun sosyal medya platformlarında geniş yankı uyandırdığını ve insanların aktif olarak tartıştığını göstermektedir. Ancak dezenformasyonun düzeltilmesi süreci genellikle yetersiz kalabilmektedir.
- Beğenilerin düşük olması, dezenformasyonun sadece pasif bir tüketim ögesi değil, aynı zamanda etkileşim ve yayılım dinamiğine sahip bir fenomen olduğunu ortaya koymaktadır.

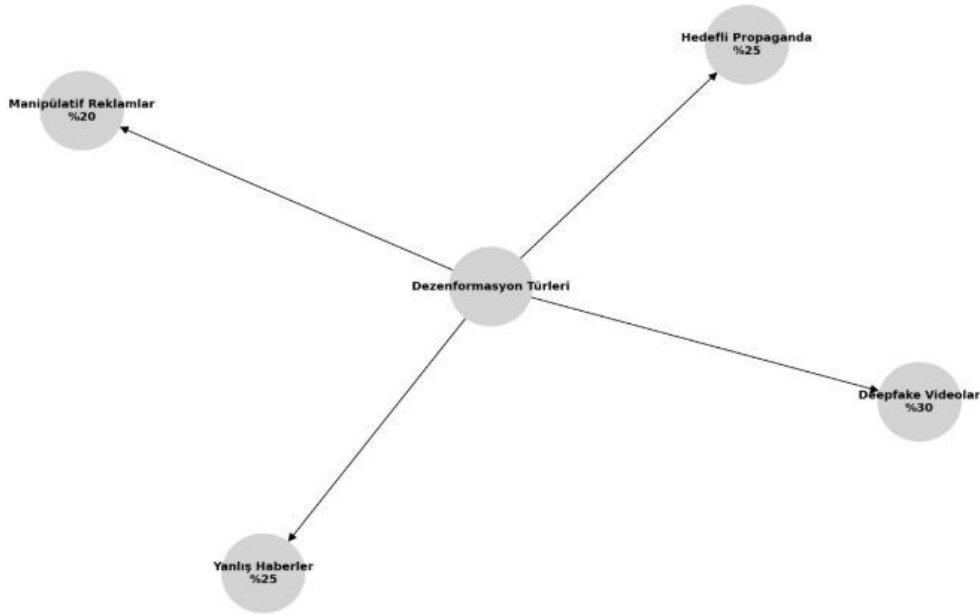
Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının dezenformasyonun yayılmasını azaltacak içerik doğrulama mekanizmalarını güçlendirmesi, algoritmik düzenlemeler yapması ve dijital medya okuryazarlığını artırmaya yönelik eğitim programları desteklemesi gerekmektedir.

8.2. ABD: 2024 Başkanlık Seçimleri Öncesi Facebook'ta Dezenformasyon

Sosyal medya platformları, siyasal iletişimin temel unsurlarından biri haline gelmiş olup, seçim süreçlerinde kamuoyunun şekillendirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Allcott ve Gentzkow, 2017). 2024 ABD Başkanlık seçimleri sürecinde, Facebook'un dezenformasyonla mücadele kapasitesi ve hedefli reklam sistemlerinin demokratik süreçler üzerindeki etkisi yeniden tartışmaya açılmıştır. Bu bağlamda, Facebook'un yapay zeka destekli dezenformasyon, hedefli reklamlar ve fact-checking mekanizmaları çerçevesinde seçim sürecindeki rolünü değerlendirmek önemli bir amaç haline gelmiştir. Yapay zeka destekli sahte içerikler, 2024 seçim sürecinde özellikle deepfake teknolojileri aracılığıyla seçmenleri manipüle etme amacı taşımıştır. Literatürde, deepfake videoların algılanma biçimi üzerine yapılan çalışmalar, seçmenlerin bu tür içerikleri sıklıkla gerçek olarak kabul ettiğini ve bu durumun demokratik süreçler üzerinde tehdit oluşturduğunu göstermektedir. (Chesney ve Citron, 2019). Meta tarafından sağlanan verilere göre, 2024 seçimleri öncesinde platformda dolaşıma giren deepfake videoların tespit edilmesi için çeşitli algoritmalar kullanılmış, ancak bu sistemlerin yanlış pozitif ve negatif oranları yüksek olduğu için etkinliği sınırlı kalmıştır (Meta Transparency Report, 2024).

Facebook'un mikro-hedefleme algoritmaları, kampanyaların belirli seçmen gruplarına doğrudan ulaşmasını sağlamakta ve bu durum seçim sonuçları üzerinde belirleyici olabilmektedir (Tüfekci, 2018). 2024 seçim sürecinde, Donald Trump'ın kampanyasının göç politikalarına yönelik sert mesajları muhafazakâr eyaletlerde yoğunlaştırdığı, Biden kampanyasının ise kürtaj hakları ve sosyal refah programlarını merkeze alan mesajlarını liberal seçmenlere yönlendirdiği gözlemlenmiştir.

Şekil 4. Dezenformasyon Türleri ve Oranları Akış Diyagramı



Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir.

Diyagram, 2024 ABD Başkanlık seçim sürecinde Facebook'ta yayılan dezenformasyonun türlerini ve oranlarını göstermektedir. Veriler, Facebook'un siyasal bilgi akışı üzerindeki etkisini ve platformun dezenformasyonun yayılmasını nasıl şekillendirdiğini anlamak açısından önemlidir.

- Deepfake Videolar (%30) ve Yapay Zeka Destekli Manipülasyon

Deepfake videoların dezenformasyon ekosistemindeki en büyük paya sahip olması (%30), yapay zeka teknolojilerinin seçim süreçlerinde nasıl bir tehdit oluşturduğunu göstermektedir. Deepfake içerikler, adayların söylemedikleri sözleri söylemiş gibi gösterilmesini ya da manipülatif sahnelerle seçmen algısının yönlendirilmesini içermektedir (Herrmann ve McChesney, 2001).

Meta, deepfake videoların tespiti için çeşitli algoritmalar geliştirmiş olsa da (Meta Transparency Report, 2024) bu sistemlerin yanlış pozitif ve negatif oranlarının yüksek olması, etkinliğin sınırlı kalmasına yol açmaktadır. Ayrıca, deepfake içeriklerin yüksek viral potansiyele sahip olması, Facebook'un etkileşim temelli algoritmalarının bu tür içerikleri organik olarak yayma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Yapay zeka çağında bilgi üzerindeki güç dengesi göz önüne alındığında, Facebook'un dezenformasyonun yayılmasına dolaylı katkı sağladığı söylenebilir.

- Yanlış Haberler (%25) ve Bilgi Ekosisteminin Bozulması

Yanlış haberlerin dezenformasyon ekosisteminde %25'lik paya sahip olması, Facebook'un sahte içeriklerin yayılmasını önlemede yeterince etkili olmadığını göstermektedir. (Vosough vd., 2018), yanlış bilgilerin doğrulanmış haberlerden daha hızlı yayıldığını ve sosyal medya kullanıcıları tarafından daha fazla paylaşıldığını göstermiştir.

Facebook, bağımsız doğrulama kuruluşlarıyla çalışarak yanlış haberleri tespit etmeye çalışsa da, bu mekanizmalar dezenformasyonun yayılmasını tamamen durduramamaktadır. Yanlış haberlerin %25 oranında yer alması, Facebook'un algoritmalarının yanlış bilgileri yayma kapasitesinin doğrulanmış içeriklere kıyasla daha yüksek olduğunu desteklemektedir. Dijital hegemonya bağlamında, bu durum Facebook'un yalnızca bir iletişim platformu olmanın ötesinde, bilgi akışını belirleyen bir aktör haline geldiğini göstermektedir.

- Manipülatif Reklamlar (%20) ve Mikro-Hedefleme Stratejileri

Manipülatif reklamların %20'lik bir paya sahip olması, Facebook'un psikografik modelleme ve mikro-hedefleme stratejilerinin dezenformasyonla nasıl iç içe geçtiğini göstermektedir. 2024 seçimlerinde, Trump'ın göç politikalarına yönelik sert mesajlarının muhafazakâr eyaletlerde yoğunlaştırıldığı, Biden kampanyasının ise kürtaj hakları ve sosyal refah programlarına odaklandığı gözlemlenmiştir.

Facebook'un algoritmaları, yalnızca içerik dağıtımını değil, aynı zamanda seçmenlerin psikolojik eğilimlerine göre reklam sunma mekanizmasını da yönetmektedir (Tüfekci, 2018). Bu bağlamda, manipülatif reklamların %20 gibi önemli bir orana sahip olması, Facebook'un yalnızca dezenformasyonu yaymakla kalmayıp, aynı zamanda onu yönlendiren bir güç olarak işlev gördüğünü göstermektedir.

- Hedefli Propaganda (%25) ve Algoritmik Güç Kullanımı

Hedefli propagandanın %25'lik paya sahip olması, Facebook'un dezenformasyon ekosistemindeki rolünü daha da belirgin hale getirmektedir. Algoritmaların, belirli seçmen gruplarına yönelik içerikleri öne çıkararak siyasi yönlendirme yapması, platformun tarafsız bir bilgi sağlayıcısı olmadığına işaret etmektedir.

Sahte hesaplar ve yapay zeka destekli içeriklerle yürütülen propaganda faaliyetleri, Facebook'un dezenformasyonun yayılmasını önlemedeki başarısızlığını ortaya koymaktadır. Bu süreçte, muhafazakâr seçmenlerin göç karşıtı içeriklere daha fazla maruz kalması (Pennycook ve Rand, 2019), seçim sürecinde belirli söylemlerin sistematik olarak öne çıkarıldığına dair önemli bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

Tablo, Facebook'un dezenformasyon ekosistemindeki rolünü dört temel başlıkta özetlemektedir. Deepfake videoların en büyük orana sahip olması, yapay zeka çağında dezenformasyonun yeni boyutlar kazandığını göstermektedir. Yanlış haberlerin ve hedefli propagandanın toplamda %50'lik bir paya sahip olması, Facebook'un dezenformasyonun yayılmasında pasif bir alan sağlamaktan öte, aktif bir düzenleyici olduğunu göstermektedir.

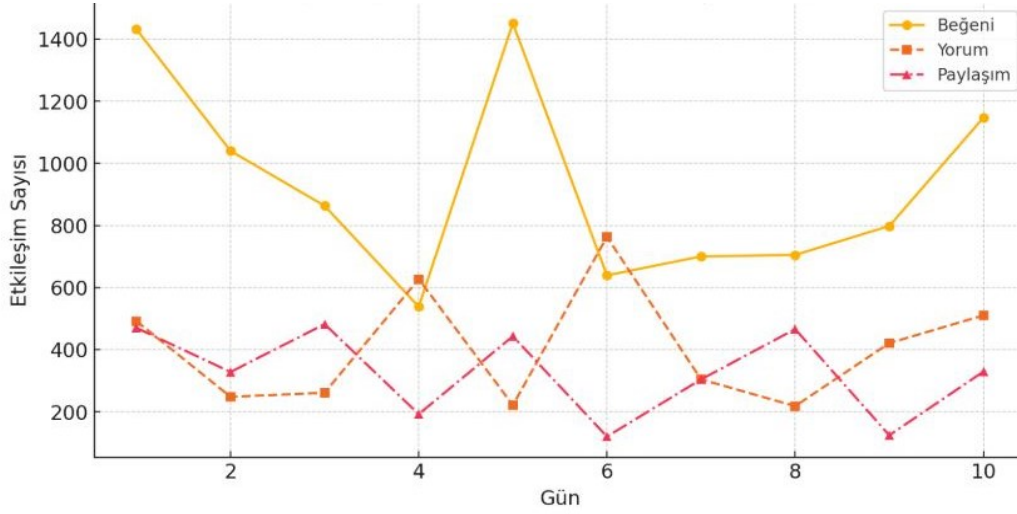
Manipülatif reklamların %20'lik payı, Facebook'un mikro-hedefleme stratejilerinin dezenformasyon süreçleriyle nasıl iç içe geçtiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, Facebook'un yalnızca bilgi akışını kontrol eden bir platform değil, aynı zamanda dezenformasyonu yönlendiren bir güç olduğu söylenebilir. Dijital hegemonya bağlamında, bu veriler Facebook'un seçim süreçlerinde tarafsız bir aktör olmaktan çok, bilgi asimetrisini doğrudan belirleyen bir araç olarak işlev gördüğünü göstermektedir.

Bu bağlamda, Facebook'un algoritmalarının yalnızca içerik dağıtımıyla sınırlı kalmayıp, seçmen davranışlarını etkileyen psikografik modeller geliştirdiği öne sürülmektedir (Cadwalladr ve Graham-Harrison, 2018). Seçim sürecinde yapılan bir içerik analizi, muhafazakâr eğilimli kullanıcıların daha fazla göç karşıtı içeriğe maruz kaldığını ve bu durumun seçmen tercihlerinde belirleyici bir faktör olduğunu ortaya koymuştur (Pennycook ve Rand, 2019).

Facebook, 2024 seçimleri sürecinde bağımsız doğrulama kuruluşlarıyla iş birliği yaparak platformdaki yanlış bilgileri tespit etmeye çalışmıştır. Ancak, dezenformasyonun yayılma hızı göz önüne alındığında, bu çabaların yetersiz kaldığı görülmektedir.

Araştırmalar, yanlış bilgilerin, doğrulanan gerçeklerden daha hızlı yayıldığını ve sosyal medya kullanıcıları tarafından daha fazla paylaşıldığını göstermektedir (Vosough vd., 2018). 2024 seçimleri sürecinde yapılan bir içerik analizi, fact-checking mekanizmalarının yanlış bilgileri tamamen engelleyemediğini ve özellikle teyit edilmiş yanlış bilgilerin tekrar dolaşıma sokulabildiğini ortaya koymuştur.

Şekil 5. Zaman Serisi Grafiği



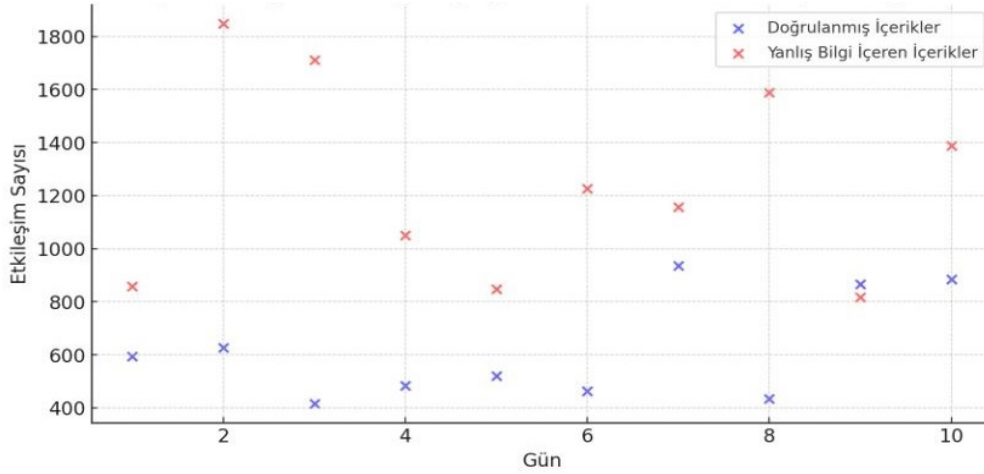
Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir.

Zaman serisi grafiği, 2024 ABD Başkanlık seçim sürecinde Facebook üzerinde dezenformasyon içeren içeriklerin aldığı beğeni, yorum ve paylaşım sayılarını gün bazında göstermektedir. Grafik incelendiğinde, belirli günlerde etkileşim seviyelerinin ani artışlar gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu durum, seçim kampanyalarının belirli dönemlerde yoğunlaştığını ve bu süreçte dezenformasyon içeren içeriklerin algoritmalar tarafından öne çıkarıldığını göstermektedir.

Özellikle Donald Trump'ın kampanyasının göç politikalarına dair sert mesajlarını muhafazakâr eyaletlerde yoğunlaştırdığı ve Biden kampanyasının kürtaj hakları ve sosyal refah programlarına odaklandığı düşünüldüğünde, Facebook'un içerik dağıtım mekanizmalarının seçmen davranışlarını yönlendirme potansiyeline sahip olduğu söylenebilir (Tüfekci, 2018). Zaman serisi grafiğinde belirgin artış gösteren etkileşimler, seçmenlerin bu tür içeriklere yönelik ilgisinin yanı sıra, platformun yapay zeka destekli içerik öneri algoritmalarının dezenformasyon içeren gönderileri organik olarak yayma eğilimini de göstermektedir.

Meta'nın dezenformasyonla mücadelede yapay zeka tabanlı tespit sistemleri kullanmasına rağmen (Meta Transparency Report, 2024), algoritmaların yanlış pozitif ve negatif oranlarının yüksek olması, bu sistemlerin etkinliğini sınırlamaktadır. Grafikteki dalgalanmalar, Facebook'un dezenformasyonla mücadele çabalarının, yanlış bilgi içeren içeriklerin viral yayılımını durdurmada yeterince etkili olmadığını ve bilgi asimetrisinin platform tarafından doğrudan yönlendirildiğini göstermektedir.

Şekil 6. Etkileşim Dağılımı

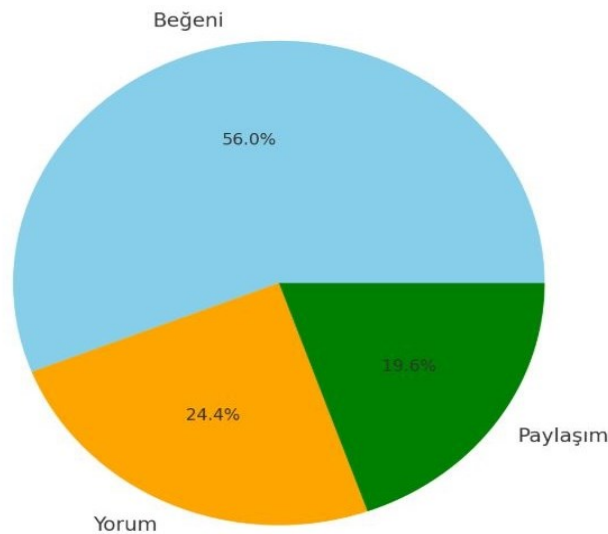


Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir.

Dağılım grafiği, 2024 seçim sürecinde Facebook'ta yayımlanan doğrulanmış içeriklerin ve dezenformasyon içeren gönderilerin aldığı etkileşimleri karşılaştırmaktadır. Grafik incelendiğinde, yanlış bilgi içeren içeriklerin doğrulanmış içeriklere kıyasla daha fazla etkileşim aldığı açıkça görülmektedir. Bu bulgu, (Vosough vd., 2018) çalışmasıyla örtüşmektedir; araştırmalar, yanlış bilgilerin doğrulanmış haberlerden daha hızlı ve geniş kitlelere yayıldığını göstermektedir. Bu durum, Facebook'un algoritmalarının etkileşim temelli çalışması nedeniyle dezenformasyonun sistematik olarak öne çıkarılmasına neden olabileceğini göstermektedir.

Facebook'un mikro-hedefleme algoritmalarının seçim sürecinde oynadığı rol de bu bağlamda önemlidir. 2024 seçimlerinde, Trump'ın göç karşıtı söylemlerinin muhafazakâr seçmenler arasında daha fazla yayılması, Biden'ın ise kürtaj hakları ve sosyal refah programlarını merkezine alan mesajlarını liberal seçmenlere yönlendirmesi, Facebook'un psikografik modelleme ve veri odaklı siyasal reklamcılık süreçlerinde aktif bir rol oynadığını göstermektedir (Cadwalladr ve Graham-Harrison, 2018). Dağılım grafiğinde dezenformasyon içeren içeriklerin doğrulanmış içeriklere kıyasla daha fazla ilgi görmesi, Facebook'un içerik öneri mekanizmalarının dezenformasyonun yayılmasını önlemede başarısız olduğunu ve seçim sürecinde demokratik bilgi ekosisteminin bozulmasına katkıda bulunduğunu göstermektedir.

Şekil 7. Toplam Etkileşim Pasta Grafiği



Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir.

Pasta grafiği, dezenformasyon içeren gönderilere yönelik toplam etkileşimlerin türlerine göre nasıl dağıldığını göstermektedir. Veriler, beğenilerin en yüksek oranda olduğunu, ardından yorumların ve paylaşımların geldiğini ortaya koymaktadır.

Bu dağılım, yanlış bilginin sosyal medya kullanıcıları arasında nasıl yayıldığına dair önemli ipuçları sunmaktadır. Yüksek beğeni oranı, dezenformasyon içeren içeriklerin kullanıcılar tarafından onaylandığını veya en azından sorgulanmadan kabul edildiğini düşündürmektedir. Yorum oranlarının da yüksek olması, bu içeriklerin tartışmalara yol açtığını ve sosyal medya kullanıcıları arasında kutuplaşmayı artırabilecek bir mekanizma işlediğini göstermektedir.

Özellikle paylaşımların da belirli bir oranda olması, yanlış bilginin yalnızca algoritmalar tarafından değil, kullanıcıların doğrudan katkılarıyla da yayıldığını göstermektedir. 2024 seçim sürecinde yapılan analizler, muhafazakâr eğilimli kullanıcıların Facebook'ta göç karşıtı içeriklere daha fazla maruz kaldığını ve bu tür içeriklerin seçmen tercihleri üzerinde belirleyici olabileceğini ortaya koymuştur (Pennycook ve Rand, 2019).

Pasta grafiğinde gözlemlenen eğilimler, Facebook'un dezenformasyon ekosisteminde yalnızca bir aracı olmaktan ziyade, içeriklerin yayılma biçimini doğrudan şekillendiren bir aktör olduğunu göstermektedir. Yapay zeka destekli algoritmaların dezenformasyon içeren içeriklere verdiği öncelik, platformun dijital hegemonya çerçevesinde siyasal süreçleri nasıl etkilediğini ortaya koymaktadır.

Üç farklı görselleştirme üzerinden yapılan analiz, Facebook'un 2024 ABD Başkanlık seçim sürecinde dezenformasyonun yayılmasında nasıl bir rol oynadığını gözler önüne sermektedir.

- Zaman serisi grafiği, dezenformasyon içeren içeriklerin belirli dönemlerde yoğun etkileşim aldığını ve bu dalgalanmaların platformun algoritmik tercihleriyle doğrudan ilişkili olabileceğini göstermektedir.
- Dağılım grafiği, yanlış bilgi içeren içeriklerin doğrulanmış içeriklere kıyasla daha fazla ilgi gördüğünü ortaya koymakta ve Facebook'un içerik öneri algoritmalarının dezenformasyonu önlemede başarısız olduğunu desteklemektedir.
- Pasta grafiği, dezenformasyon içeren içeriklerin büyük ölçüde beğeni ve yorumlarla etkileşim aldığına işaret etmekte, bunun da yanlış bilginin sosyal medya kullanıcıları arasında organik olarak yayıldığını göstermektedir.

Facebook'un yapay zeka destekli denetim mekanizmalarının etkinliğinin sınırlı olması ve mikro-hedefleme algoritmalarının dezenformasyonu yaygınlaştırma potansiyeli, platformun dijital hegemonya bağlamında yalnızca pasif bir alan sağlamaktan öte, bilgi akışını yöneten bir otorite konumunda olduğunu göstermektedir. Bu veriler, sosyal medya platformlarının siyasal süreçler üzerindeki etkisinin artık geleneksel medya araçlarının ötesine geçtiğini ve dijital enformasyon ekosisteminin doğrudan politik karar alma süreçlerini şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

8.3. Avrupa: Facebook ve Popülist Kampanyalar

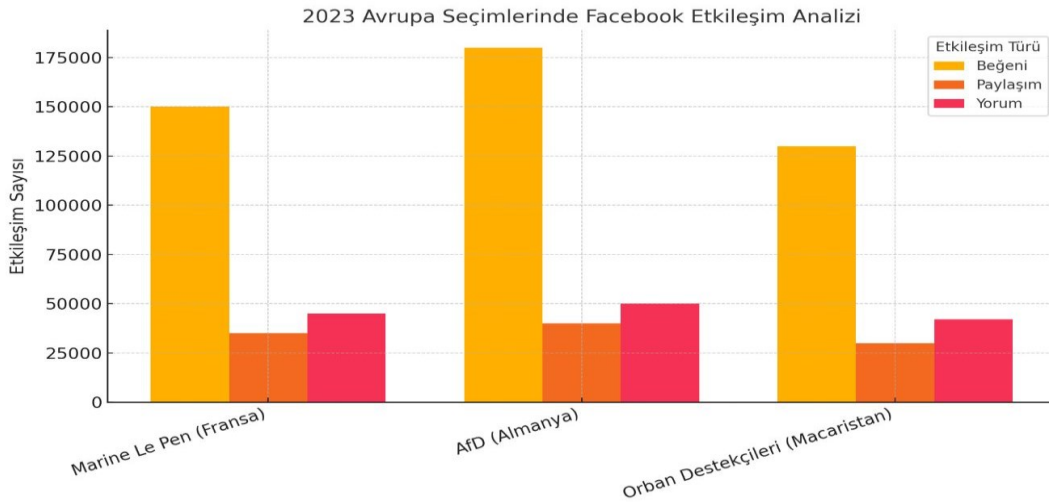
Popülist liderlerin sosyal medyayı aktif olarak kullanmasının temel nedenlerinden biri, geleneksel medyanın filtreleyici ve denetleyici işlevini aşarak, doğrudan seçmenlere ulaşmalarına olanak tanınmasıdır (Mudde, 2004). Avrupa'daki aşırı sağcı liderler, Facebook Live ve video paylaşımları gibi araçları kullanarak, seçmenleriyle doğrudan etkileşim kurmakta ve geleneksel medya tarafından "çarpıtılmamış" mesajlar verdiklerini iddia etmektedirler.

Örneğin, Fransa'da aşırı sağcı Marine Le Pen, seçim kampanyası sürecinde Facebook grupları aracılığıyla taban örgütlenmesini güçlendirmiş, bireysel seçmenlere yönelik propaganda mesajları paylaşmış ve canlı yayınlarla doğrudan halkla iletişim kurmuştur. Yapılan araştırmalar, bu tür doğrudan iletişim biçimlerinin, geleneksel medyaya olan güvensizliği artırarak popülist söylemi güçlendirdiğini göstermektedir. Facebook'un gelişmiş reklam hedefleme algoritmaları, siyasal kampanyaların belirli demografik gruplara ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Tüfekci, 2018). Mikro-hedefleme, bireylerin sosyal medya aktiviteleri, ilgileri ve coğrafi konumları gibi veriler temelinde özelleştirilmiş siyasal mesajlar almalarına olanak tanır. Bu durum, özellikle popülist ve aşırı sağ partiler için büyük bir avantaj sağlamaktadır, çünkü bu tür partiler genellikle belirli seçmen gruplarına hitap eden keskin ideolojik mesajlar içeren kampanyalar yürütmektedirler (Barberá, 2020).

2023 Avrupa seçimleri sürecinde Almanya'daki aşırı sağcı parti AfD (Alternative für Deutschland), Facebook reklamlarını kullanarak özellikle genç muhafazakâr seçmenlere ulaşmaya çalışmıştır. Parti, göç karşıtı ve milliyetçi söylemlerini sosyal medya kampanyaları aracılığıyla öne çıkarmış, geleneksel medya tarafından marjinalleştirildiğini iddia eden bir söylem geliştirmiştir. Bu bağlamda, Facebook'un sağladığı mikro-hedefleme teknolojileri, aşırı sağın söylemlerini yalnızca belirli kitlelere ulaştırarak, geniş çaplı toplumsal bir tepki almadan propaganda yapmalarına olanak tanımaktadır (Groshek ve Engelbert, 2020).

Facebook, dezenformasyonun yayılmasına olanak sağlayan başlıca platformlardan biri olarak eleştirilmektedir (Vosough vd., 2018). Özellikle seçim dönemlerinde sahte haberlerin yayılması, seçmenlerin yanlış bilgiye maruz kalmasına ve demokratik süreçlerin manipüle edilmesine neden olmaktadır. Macaristan'da 2023 seçimleri sürecinde Viktor Orban hükümetine yakın medya organları ve Facebook grupları, muhalif adaylar hakkında yanıltıcı içerikler paylaşarak kamuoyunu yönlendirmeye çalışmıştır. Avrupa Parlamentosu'nun 2023 seçim sürecine ilişkin raporu, Macaristan'da devlet destekli dezenformasyon kampanyalarının sosyal medya üzerinden yayıldığını ve Facebook'un bu süreçte etkili bir moderasyon sağlayamadığını ortaya koymuştur (European Parliament Report, 2023).

Şekil 8. Etkileşim Analizi



Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir.

Yukarıdaki grafik, 2023 Avrupa seçimlerinde popülist ve aşırı sağ partilerin Facebook üzerindeki etkileşimlerini (beğeni, paylaşım, yorum) karşılaştırmalı olarak göstermektedir.

Grafik, 2023 Avrupa seçimlerinde Facebook'taki siyasi etkileşimleri göstermektedir. Marine Le Pen (Fransa), Almanya'daki aşırı sağ parti AfD ve Macaristan'daki Orban destekçileri üzerinden üç farklı siyasi grubun Facebook etkileşimleri analiz edilmiştir. Beğeni, paylaşım ve yorum kategorileri üzerinden yapılan değerlendirme, Facebook'un sağ popülist ve aşırı sağ hareketler için nasıl bir mobilizasyon aracı olarak işlev gördüğünü göstermektedir.

- Beğeni ve Dijital Destek Göstergesi

Beğeni sayıları incelendiğinde, en yüksek etkileşimin AfD için olduğu görülmektedir. Almanya'da aşırı sağın sosyal medyada mobilize olma kapasitesinin yüksek olduğu ve Facebook'un algoritmalarının bu tür içeriklere geniş bir erişim sağladığı söylenebilir. Marine Le Pen ve Orban destekçileri de yüksek beğeni oranlarına sahiptir.

Bu durum, sağ popülist aktörlerin Facebook'u bir propaganda aracı olarak etkili bir şekilde kullandığını ve platformun etkileşim temelli algoritmalarının bu tür içerikleri öne çıkarmada rol oynadığını göstermektedir. Dijital hegemonya bağlamında, Facebook'un aşırı sağ söylemlere organik bir avantaj sağladığı ve kullanıcı etkileşimlerine dayalı içerik yayılımı ile bu aktörlere ekosistem içinde belirgin bir yer açtığı söylenebilir.

- Paylaşım ve Viral Yayılım Mekanizmaları

Paylaşım oranları açısından AfD'nin Marine Le Pen ve Orban destekçilerine kıyasla daha fazla paylaşım aldığı görülmektedir. Bu, Facebook'un algoritmalarının belirli siyasi grupların mesajlarını daha geniş kitlelere yaymasına izin verdiğini ve mikro-hedefleme stratejileriyle birleştğinde siyasi dezenformasyonun etkin bir araç haline geldiğini göstermektedir.

Bu veriler, Pennycook ve Rand (2019) tarafından ortaya konulan "yanlış bilgilerin doğrulardan daha hızlı yayıldığı" gerçeğiyle örtüşmektedir. Facebook'un algoritmik dinamikleri, popülist söylemler ve yanlış bilgiler içeren içeriklerin geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmakta, bu da Facebook'un seçim süreçlerinde tarafsız bir platform olmaktan çok bilgi akışını yönlendiren bir aktör olduğunu ortaya koymaktadır.

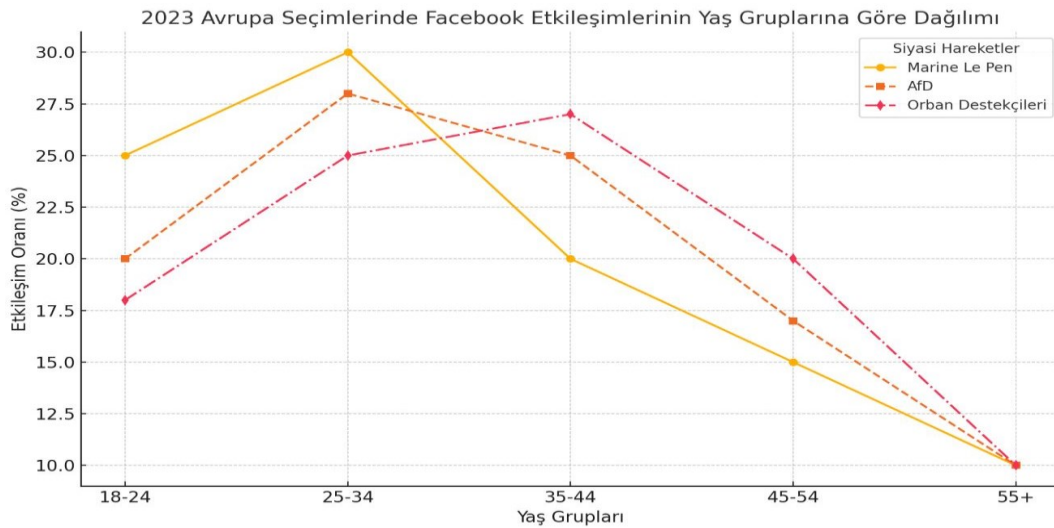
• Yorum ve Tartışma Dinamikleri

Yorum sayıları incelendiğinde, AfD ve Orban destekçileri için Marine Le Pen'e kıyasla daha fazla etkileşim olduğu görülmektedir. Yorumların yoğun olması, bu siyasi hareketlerin Facebook'ta kutuplaşmayı tetikleyen bir etkileşim stratejisi kullandığını ve kullanıcıları tartışmalara çekerek algoritmaların içeriği daha fazla yaymasına neden olduğunu göstermektedir.

Facebook'un dezenformasyonla mücadele politikaları doğrultusunda yanlış bilgileri azaltma çabalarına rağmen (Meta Transparency Report, 2024), bu tür tartışmaların platformda uzun süre görünür olması, dezenformasyonun yayılmasını hızlandırmaktadır. Bu durum, (Tüfekci, 2018) tarafından öne sürülen "Facebook'un psikografik modellerle seçmen davranışlarını yönlendirme" kapasitesine dair görüşleri desteklemektedir.

Grafik genel olarak analiz edildiğinde, Facebook'un sağ popülist ve aşırı sağ hareketlere sunduğu organik avantajları net bir şekilde ortaya koyduğu görülmektedir. Etkileşim odaklı algoritmalar, sağ popülist söylemleri daha görünür hale getirmekte ve dezenformasyon içeren içeriklerin viral hale gelmesine yol açmaktadır. Beğeni ve paylaşım oranları, Facebook'un aşırı sağ partilere kitlesel mobilizasyon sağlamada önemli bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir. Yorum oranlarının yüksekliği, platformun kutuplaşmayı teşvik eden etkileşim mekanizmalarıyla dezenformasyonu yaygınlaştırabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, bu grafik Facebook'un dijital hegemonya bağlamında tarafsız bir sosyal medya platformu olmaktan çok, sağ popülist hareketlerin mesajlarını yayma konusunda güçlü bir araç haline geldiğini göstermektedir.

Şekil 9. Yaş Gruplarına Göre Etkileşim



Kaynak: Facebook tarafından hesaplanan endekslere göre çizilmiştir

Bu çizgisel grafik, 2023 Avrupa seçimlerinde popülist ve aşırı sağ partilerin Facebook etkileşimlerinin yaş gruplarına göre dağılımını göstermektedir. Marine Le Pen, AfD ve Orban destekçileri arasında 25-34 yaş grubu en yüksek etkileşimi göstermektedir. 45 yaş ve üstü gruplarda etkileşimlerin belirgin şekilde azaldığı görülmektedir. Bu trend, sosyal medyanın genç ve orta yaş grupları üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Araştırmalar, sosyal medya platformlarında yayılan yanlış bilgilerin, doğrulanmış haberlerden daha hızlı yayıldığını ve insanların yanlış bilgilere daha fazla tepki verdiğini göstermektedir (Vosough vd., 2018). Bu bağlamda, Facebook'un yanlış bilgiye karşı aldığı önlemler yetersiz kalmakta ve platform, popülist ve aşırı sağ aktörler tarafından algı yönetimi aracı olarak kullanılmaktadır. Avrupa'daki bu örnekler, Facebook'un seçim süreçlerinde nasıl kritik bir propaganda aracı haline geldiğini göstermektedir. Bahsi geçen üç örnek olay çalışması, Facebook'un siyasi kampanyalarda ne denli etkili bir araç olduğunu ve platformun, propaganda ve dezenformasyon açısından nasıl kullanıldığını gözler önüne sermektedir.

9. SONUÇ

Bu çalışma, Facebook'un dijital kapitalist düzende nasıl bir hegemonya aracı olarak işlev gördüğünü kuramsal ve ampirik düzeyde ortaya koymuştur. Castells'in ağ toplumu kavramı, Schiller'in dijital kapitalizm eleştirisi ve Fuchs'un iletişimsel meta üretimi yaklaşımı çerçevesinde oluşturulan kuramsal yapı; Facebook'un yalnızca içerik paylaşımı sağlayan bir platform değil, aynı zamanda politik yönlendirme, kültürel kodlama ve ekonomik çıkar üretimi açısından merkezi bir aktör olduğunu göstermektedir. 2023 Türkiye seçimleri örneği üzerinden yürütülen ampirik analizler, algoritmik yönlendirme, dezenformasyon yayılımı ve hedefli propaganda gibi olguların, platformun siyasal işleyişe doğrudan müdahale edebilecek kapasitede olduğunu kanıtlamıştır. Bu bulgular, dijital alanın tarafsız bir iletişim zemini değil; aksine çıkar ilişkileriyle yapılandırılmış, ideolojik olarak yönlendirilmiş bir medya ortamı olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede, Facebook'un temsil ettiği platform kapitalizminin toplumsal etkilerinin yalnızca bireysel kullanıcı düzeyinde değil; yapısal, hukuki ve kurumsal ölçekte ele alınması gerekmektedir. Dijital platformların özel şirket yapıları içinde kamusal sorumluluklardan muaf bir biçimde hareket etmeleri, onları yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda siyasal bir tehdit hâline getirmektedir. Bu nedenle, platformların algoritmik karar alma süreçleri şeffaflaştırılmalı, kamusal denetime açılmalı ve içerik sıralama mekanizmaları bağımsız kuruluşlar tarafından izlenebilir hâle getirilmelidir. Avrupa Birliği'nin Dijital Hizmetler Yasası (Digital Services Act) bu bağlamda önemli bir örnek teşkil etmekte olup, Türkiye gibi platform etkisinin yüksek olduğu ülkelerde benzer hukuki düzenlemelere duyulan ihtiyaç artarak devam etmektedir. Öte yandan, dijital platformların etik sorumluluk taşıyan bilgi aktörleri hâline gelmesi yalnızca devlet denetimiyle değil; üniversiteler, medya enstitüleri ve bağımsız araştırma kuruluşları tarafından oluşturulacak etik denetim mekanizmalarıyla da mümkündür. Dezenformasyon, algoritmik ayrımcılık ve veri sömürüsü gibi yapılar akademik araştırmalarla sistematik olarak izlenmeli; platform politikaları, açık veri ilkesi doğrultusunda kamuoyuna sunulmalı ve bu çerçevede eleştirel medya okuryazarlığı yaygınlaştırılmalıdır. Özellikle seçim dönemlerinde dijital alanın politik kampanya süreçlerine etkisi, bağımsız etik kurullar tarafından raporlanmalı ve toplumsal denge açısından güvenlik mekanizmaları oluşturulmalıdır.

Son olarak, dijital hegemonya karşısında geliştirilecek en güçlü direnç mekanizmalarından biri, eleştirel dijital yurttaşlık bilincinin geliştirilmesidir. Toplumsal farkındalığın artması, bireylerin yalnızca tüketici değil, sorgulayan, analiz eden ve dijital araçları etik biçimde kullanan yurttaşlara dönüşmesini sağlayacaktır. Bu bağlamda, özellikle genç kuşaklara yönelik dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin artırılması, yapay zekâ temelli içeriklere karşı şüphecilik refleksinin kazandırılması ve veri temelli manipülasyonlara karşı toplumsal bağışıklık geliştirilmesi, geleceğin dijital kamusal alanının daha adil ve demokratik temellere oturmasını sağlayacaktır.

Sonuç olarak, Facebook'un temsil ettiği dijital medya düzeni, yalnızca teknolojik bir yenilik değil; aynı zamanda ekonomik çıkarlar, ideolojik hegemonya ve siyasal manipülasyonun iç içe geçtiği çok katmanlı bir yapıdır. Bu yapının çözümlemesi, yalnızca eleştirel bir analiz değil, aynı zamanda daha şeffaf, hesap verebilir ve demokratik bir dijital kamusal alanın inşasına yönelik kapsamlı politika önerilerini de zorunlu kılmaktadır. Bu çalışmada geliştirilen kuramsal çerçeve ve önerilen yapısal düzenlemeler, dijital çağın iletişim politikalarını yeniden düşünmek ve dönüştürmek adına önemli bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Akın, D. (2021). Yeni medya örneğinde teknoloji ve toplumsal değişim bağı: Change.org üzerine bir inceleme. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 6(1), 17-29.
- Allcott, H. ve Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *The Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-235.
- Bağlı, M. (2011). *Modern bilinç ve mahremiyet*. Yarın Yayınları.
- Bakshy, E., Messing, S. ve Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Barberá, P. (2020). Social media, echo chambers, and political polarization. *Nature Human Behaviour*, 4(3), 275-280.
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2021). *Akışkan gözetim*. Ayrıntı Yayınları.
- Bhaskar, R. (1998). *The possibility of naturalism: A philosophical critique of the contemporary human sciences* (3. Baskı). Routledge.
- Binark, M., Çomu, T., Bayraktutan, G., Özçetin, B., Doğu, B., İslamoğlu, G. ve Telli Aydemir, A. (2014). *Siyasetin yeni hali: Vaka-i sosyal medya*. Kalkedon.
- Binark, M., Yıldırım, A., Toprak, A., Aygül, E., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2014). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım!"* Kalkedon.
- Bostancı, M. (2015). *Sosyal medya ve siyaset*. Palet Yayınları.
- Cadwalladr, C. ve Graham-Harrison, E. (2018). *The cambridge analytica files*. The Guardian.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon ve network toplumu*. Ayrıntı Yayınları.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Polity Press.
- Castells, M. (2013). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür; ağ toplumunun yükselişi*. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chesney, B. ve Citron, D. (2019). Deepfakes and the new disinformation war. *Foreign Affairs*, 98(1), 147-155.
- Couldry, N. ve Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.
- Couldry, N. ve van Dijck, J. (2015). Researching social media as if the social mattered. *Social Media + Society*, 1(2), 1-7. <https://doi.org/10.1177/2056305115604174>
- Creswell, J. W. ve Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3. Baskı).
- Çaycı, A. E. ve Çaycı, B. (2016). İletişimin dijitalleşmesi: Dijital gözetim ve mahremiyet. *İNİF E-Dergi*, 1(2), 157-169.
- Dean, J. (2003). Why the net is not a public sphere. *Constellations*, 10(1), 95-112.
- DeNardis, L. (2014). *The global war for internet governance*. Oxford University Press.

- Denzin, N. K. (2012). The research act: A theoretical introduction to sociological methods. *Aldine Transaction*.
- European Commission. (2022). *Digital services act: Improving online space for citizens and businesses*. <https://ec.europa.eu/>
- European Parliament Report. (2023). *Social media and disinformation in european elections*.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Pantheon.
- Foucault, M. (2023). *İktidarın gözü* (6. Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Fuchs. (2021). *Social media: A critical introduction* (3. Baskı). SAGE Publications.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. SAGE Publications.
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal medya: Eleştirel bir giriş*. Notabene Yayınları.
- Garnham, N. (2000). *Emancipation, the Media, and Modernity*. Oxford University Press.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks*. International Publishers.
- Groshek, J. ve Engelbert, J. (2020). Media and political polarization: Social networks, selective exposure, and misinformation. *New Media ve Society*, 22(7), 1186-1205.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Herrmann, E. ve McChesney, R. W. (2001). *Global media: The new missionaries of global capitalism*. Continuum.
- Heywood, A. (2022). *Küresel siyaset* (7. Baskı). Felix Kitap.
- Kaplan, M. A. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Lyon, D. (2018). *The culture of surveillance: Watching as a way of life*. Polity Press.
- Meta Transparency Report. (2024). *Fake news and election integrity* [Kişisel iletişim].
- Morgan, D. L. (2007). Paradigms lost and pragmatism regained: methodological implications of combining qualitative and quantitative methods. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 48-76. <https://doi.org/10.1177/2345678906292462>
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. Sage.
- Mosco, V. ve Fuchs, C. (2019). *Marx geri döndü: Medya, meta ve sermaye birikimi*. Notabene Yayınları.
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pennycook, G. ve Rand, D. G. (2019). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *PNAS*, 116(7), 2521-2526.

- Polat, R. K. (2005). The internet and political participation. *European Journal of Communication*, 20(4), 435-459.
- Schiller, D. (1996). *Digital capitalism: Networking the global market system*. The MIT Press.
- Statista. (2024, Temmuz 3). *Aktif Facebook kullanıcı sayısı*. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> adresinden 3 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Strange, S. (1996). *The retreat of the state: The diffusion of power in the world economy*. Cambridge University Press.
- Thussu, D. K. (2018). *International communication: Continuity and change*. Bloomsbury Publishing.
- Tüfekci, Z. (2018). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Underwood, W. (2002). Embracing cyberspace: The evolution of japan's internet culture. *World and I*, 17(6), 265.
- Vosough, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Yaylagül, L. (2013). Bilgisayar ve internetin ekonomi politiği. *Global Media Journal*, 214-236.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİN TÜKETİCİ ATALETİNE ETKİSİNDE SOSYAL DEĞERİN ARACILIK ROLÜ*

THE MEDIATING ROLE OF SOCIAL VALUE IN THE EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION ON CONSUMER INERTIA

Arş. Gör. Dr. Ebru TANRIKULU¹

ÖZ

Zaman içinde değişen tüketici davranışları ve bu davranışları etkileyen faktörler pazarlama araştırmacıları tarafından sıklıkla çalışılan konular arasında yerini almıştır. Alternatifler çekici olduğu halde hiçbir güç onu değiştirmeye zorlamadığı sürece mevcut satın alımlarına devam edebilme ve değişime direnç gösterme anlamına gelen “tüketici ataleti”nin de tüketici davranışı üzerine yürütülen çalışmalarda son yıllarda ilgi çeken bir konu haline geldiği görülmektedir. Bu çalışmada, müşteri memnuniyetinin tüketici ataletine etkisinde sosyal değer aracılık rolünün olup olmadığı incelenmektedir. Çalışma kapsamında 368 anket verisi toplanmış ve toplanan veriler yapısal eşitlik modellemesi ile analiz edilmiştir. Sonuçta, müşteri memnuniyetinin tüketici ataleti üzerinde etkisinin olduğu, sosyal değer ise herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Bununla birlikte, müşteri memnuniyetinin sosyal değer üzerinde bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Müşteri memnuniyetinin tüketici ataletine etkisinde ise sosyal değer herhangi bir aracılık rolünün bulunmadığı tespit edilmiştir. Tüm bu sonuçlar, tüketici davranışlarını anlamak ve işletmelerin etkili pazarlama stratejileri geliştirmesi için değerli bir bakış açısı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Ataleti, Sosyal Değer, Müşteri Memnuniyeti, Tüketici Davranışları.

JEL Sınıflandırma Kodları: M31, L20, M10

ABSTRACT

Consumer behaviors that have changed over time and the factors affecting these behaviors are among the topics frequently researched by marketing researchers. In this context, it is seen that consumer inertia, which means that the consumer can continue his/her current purchases and resist change as long as no force forces him/her to change even though alternatives are attractive, has become a topic of interest in recent years in studies on consumer behavior. The study examines whether social value mediates the effect of customer satisfaction on consumer inertia. Within the scope of the study, 368 survey data are collected and the collected data are analyzed by structural equation modeling. The results show that customer satisfaction has an effect on consumer inertia, while social value has no effect. In addition, it is concluded that customer satisfaction has an impact on social value. In the effect of customer satisfaction on consumer inertia, it is found that social value does not have any mediating role. All these results provide an important perspective for understanding consumer behavior and for businesses to develop effective marketing strategies.

Keywords: Consumer Inertia, Social Value, Customer Satisfaction, Consumer Behavior.

JEL Classification Codes: M31, L20, M10

* Bu çalışma için Harran Üniversitesi Etik Kurulundan 2025/6 sayılı ve 09.01.2025 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, tanrkuluebru@harran.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

It is known that customer satisfaction is a critical success factor for businesses in today's increasingly competitive business world. Customer satisfaction not only increases the loyalty of individuals, but also profoundly influences the behavior of consumers. Previous studies suggest that inertia can lead consumers to repurchase behavior (Goh et al., 2016). It is stated that situations such as continuing purchases even when alternatives are attractive and unconsciously preferring the same brand are explained by inertia. In this context, it is seen that a relationship can be established between consumer inertia and customer satisfaction, given that an individual whose expectations are met and satisfied would experience satisfaction and may purchase again (Bawa, 1990; Cronin et al., 2000; McMullan & Gilmore, 2003; Pandowo & Mamuaya, 2023). Even if satisfaction does not have a direct effect, it is observed that it can strengthen or weaken the effect of consumer inertia on repeat purchases (Güven, 2023). It is stated that inertia can occur due to both positive emotions and inactivity and passivity of the person (Cui et al., 2021). In this context, it is predicted that there may be a relationship between customer satisfaction and consumer inertia and that a high level of customer satisfaction may affect consumer inertia and individuals may continue to prefer the same brand or service. As a result of satisfaction, customers' loyalty to the business may increase and positive perceptions may be formed. In other words, satisfied customers may recommend the business to others, which can increase social value. Being able to build social values is essential to generate significant profits (Sweeney & Soutar, 2001). When the literature is examined; it is known that customer satisfaction, consumer inertia and social value are studied separately, but there is a gap in the studies on consumer inertia, which has attracted the attention of researchers in recent years and is also a new concept in the field of marketing. It can be said that the study differs from previous studies in this respect. In this context, the main purpose of the study is to determine whether there is any mediating role of social value in the effect of customer satisfaction on consumer inertia.

Design/methodology/approach:

Quantitative research design, one of the descriptive research methods, is used. The data are collected through an online survey using convenience sampling method. In addition, control and filter questions are added to the questionnaire to increase the reliability of the findings. Again, reverse coding is included in the scales to reduce social acceptance anxiety responses, identify response inconsistencies, measure attention and meticulousness, and ensure scale reliability. Before the analysis, missing data, control question, outlier data, extreme data and the questionnaires of the participants who responded incorrectly to the reverse coded question are eliminated and the data are made ready for analysis. As a result of all these, 20 data are eliminated and the analysis continued with a total of 368 survey data from İstanbul. The prepared questionnaire form is divided into 4 parts with a filter question in order to be able to be conducted within the sample. In the last part, questions measuring demographic characteristics related to the study are included. On the other hand, the scales in the study are measured with 5-point Likert scale.

Findings:

Looking at the distribution of demographic characteristics of the research questionnaires, it is seen that female participants are higher than male participants and a total of 368 individuals answered the questions. In addition, in terms of marital status, the highest distribution is single, when the findings on age are examined, the highest distribution is in the 30-35 age range, and the highest distribution in terms of education is composed of bachelor's degree level participants. Finally, it is seen that there are approximate levels in income distribution, and the highest distribution is 22,105 TL and below. Looking at the values in the correlation analysis results, it is seen that there is a positive and significant relationship between customer satisfaction and consumer inertia. In addition, there is also a positive and significant relationship between social value and customer satisfaction. On the other hand, it is concluded that there is no relationship between social value and consumer inertia. After structural equation analysis the results show that customer satisfaction has an effect on consumer inertia, while social value has no effect. In addition, it is concluded that customer satisfaction has an impact on social value. In the effect of customer satisfaction on consumer inertia, it is found that social value does not have any mediating role.

Conclusion and Discussion:

Understanding the relationships between all these variables can provide an important perspective for businesses to better understand their strategies in customer relations and marketing decisions. Moreover, it can be stated that guiding results would be obtained on issues such as consumer behavior, competitive advantage and customer loyalty. In this sense, it can be said that the findings of the analysis would help to provide certain insights to those concerned. Moreover, the issue of consumer inertia is expected to be an important area of study in the coming years. It is also noted that consumer inertia does not only affect the demand side, but also creates problems on the supply side. The reason for this can be expressed as the possibility that new businesses that would enter the market may give up entering the market when individuals do not change their existing suppliers due to inertia. All of this can limit the benefits to the consumer by reducing the innovation that can be experienced through competitive efficiency (Barrow, 2007; Xavier & Ypsilanti, 2008). In other words, inertia can secure individuals' continued customer loyalty but at the same time inhibit potential expansion. In this context, examining the psychology underlying consumer inertia can inform whether researchers should proactively engage with consumers who exhibit inertia (Henderson et al., 2021). Understanding the effects of marketing variables is critical in order to eliminate the problems caused by consumer inertia. To summarize, the results obtained from the study may serve as a reference source for future studies.

1. GİRİŞ

Son yıllardaki dijital devrimler, küresel ticaret, Endüstri 5.0 gibi gelişmeler küreselleşmeyi daha insan odaklı bir yaklaşım ile dönüştürmektedir (Odabaşı, 20219, s. 236). Bu anlamda, küresel pazarlarda bilinçlenen tüketiciler kendini özel hissettirecek satın alma deneyimleri yaşamak istemektedir (Arslan ve Bayçu, 2006, s. 41). Dolayısıyla satın alma kararına etki eden ve tüketicilerin beklentileri, tercihleri konusunda hangi faktörlerin etkili olduğunu tespit etmek önemli hale gelmiştir (Akgun ve Yavuz, 2021, s. 136). Zaman içindeki değişimler hem üreticiyi hem de tüketiciyi etkilemiştir. Bu anlamda, rekabetin giderek daha da arttığı günümüz iş dünyasında, müşteri memnuniyetinin işletmeler için kritik bir başarı faktörü olduğu bilinmektedir. Müşteri memnuniyeti, yalnızca bireylerin sadakatini artırmakla kalmaz, aynı zamanda tüketicilerin markaya/ürüne yönelik davranışlarını da derinden etkiler. Öte yandan, tüketici davranışlarında sadece çevresel koşulların etkili olmadığı, bireylerin kişisel değer ve inançları doğrultusunda da bu davranışların etkilenebileceği ifade edilmektedir (Eibel-Spanyi ve Hofmeister-Toth, 2013, s. 400). Tüm bu etkilerle tüketicilerin alışkanlıklarını değiştirmekte zorlanması hem talep hem de arz tarafını ilgilendiren bir konu olmaktadır. Alternatifler çekici olduğu halde tüketici hiçbir güç onu değiştirmeye zorlamadığı sürece mevcut satın alımlarına devam edebilmekte ve değişime direnç gösterebilmektedir (Kuo vd., 2013, s. 169). Fakat aynı markanın pasif bir şekilde çok fazla düşünülmeden tekrar satın alınmasına neden olan atalet, bilinçsiz bir süreç olarak ifade edilmektedir. Ataletin bilinçsiz bir süreç olarak görülmesi ise tekrar satın alımların pazarlama değişkenlerine cevap verebileceği anlamına gelmektedir (Huang ve Yu, 1999, s. 525). Toplumsal yapıda belirleyici bir rol üstlendiği sonucuna ulaşılan (Yazıcı, 2016, s. 209) ve bu çalışmada aracı bir değişken olarak ele alınan sosyal değer, toplum ya da bir guruba mensup olan kişilerin ortak duygu ve düşüncelerini yansıtan genel inançlar olarak ifade edilebilir (Güven, 1999, s. 163). Pazarlama açısından sosyal değer, “*ürünün sosyal benlik kavramını geliştirme yeteneğinden elde edilen fayda*” şeklinde açıklanabilir (Sweeney ve Soutar, 2001, s. 211). Tüketici tercihlerinde etkili olduğu bilinen sosyal değer, insan davranışını açıklamada temel bir öneme sahip olduğu belirtilmektedir (Sheth, 1991).

Tüketici davranışlarında kritik bir öneme sahip olduğu bilinen müşteri memnuniyeti ise, “bir ürünün algılanan performansının alıcıların beklentileriyle ne ölçüde uyduğu” şeklinde ifade edilmektedir (Kotler ve Armstrong, 2012, s. 135). Müşteri memnuniyetinin önemi, müşteri sadakatini doğrudan artırması ve bireylerle güçlü bağlar geliştirmesi, aynı zamanda müşterilerle uzun ve karlı ilişkiler kurulması konusunda da yardımcı olması ile açıklanabilir (Deng vd., 2010, s. 289; Eshghi vd., 2007, s. 101; Anderson vd., 2004, s. 172). Bu anlamda müşteri memnuniyeti, başarılı bir işletme için olmazsa olmaz araçlardan biri haline gelmiştir (Khadka ve Maharjan, 2017, s. 5).

Literatür incelendiğinde; müşteri memnuniyeti, tüketici ataleti ve sosyal değer konularının ayrı ayrı çalışıldığı bilinmektedir. Tüketici ataleti, genelde memnuniyet veya güçlü bağlılıktan ziyade alışkanlık, değiştirme maliyetleri ya da kayıtsızlık sebebiyle mevcut markada kalmaya devam etme durumu olarak açıklanabilmektedir (Colgate ve Lang, 2001). Fakat memnuniyetin atalet üzerindeki etkisi her zaman doğrudan ve güçlü olmamaktadır (Lai vd., 2011). Bu sebeple, sosyal değer gibi psikososyal bir faktörün süreçte aracılık edebileceği öne sürülmektedir. Çünkü sosyal değer, bireylerin mevcut tercihlerini değiştirmemesinde önemli bir rol oynayabilir (Sweeney ve Soutar, 2001). Başka bir deyişle, sosyal değer aracılık rolüyle modele dâhil edilmesi, müşteri memnuniyetinin tüketici ataleti üzerindeki etkisini açıklamada literatürde önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Çalışmanın bu yönüyle önceki çalışmalardan farklılaştığı söylenebilir. Bu bağlamda araştırmacının temel amacı müşteri memnuniyetinin tüketici ataletine etkisinde sosyal değer her hangi bir aracı rolünün bulunup bulunmadığını tespit etmektir. Tüm bu değişkenlerin anlaşılması, işletmelerin pazarlama bağlamındaki stratejilerini çok daha etkin bir şekilde oluşturmaya yardımcı olarak, ilgili tarafların kararlarını verirken önemi öngörüler sağlayabilir. Burada yer alan değişkenlerin etkilerini daha iyi anlamak, yönetebilmek ve tüketiciler, işletmeler, rakipler, tedarikçiler gibi tarafların kararları konusunda stratejik adımlar atılırken yararlanabileceği birer kaynağa dönüştürebilmek amaçlanmaktadır. Bu anlamda, çalışmaya dâhil edilen değişkenlerin, bireylerin davranışsal niyetleri ve işletmelerin pazarlama faaliyetleri konusunda önemli olduğu ifade edilebilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Tüketici Ataleti

Pazarlama alanında son yıllarda araştırmacıların dikkatini çeken bir kavram olarak atalet, Oxford sözlüğüne göre, “*hareket etme ya da değişme isteği veya yeteneğinin eksikliği*” şeklinde açıklanmaktadır (Oxford Learner’s Dictionaries, 2025). Birçok disipline etki ettiği ve geniş kapsamlı bir kavram olarak ele alındığı bilinen atalet,

pazarlama bakımından kişilerin pasif olması ve çok fazla düşünmeden tekrar ettiği satın alımlar olarak belirtilmektedir (Su, 2009, s. 365; White ve Yanamandram, 2004, s. 3).

Satın alım tercihlerinde süreci anlamak, işletmeler açısından oldukça önemli olmaktadır. Tüketiciler, satın alım davranışlarında her zaman istikrar göstermemektedir. Başka bir deyişle, yeni bilgi, teknoloji, ekonomik koşullar ve sosyal trendler gibi değişimlere bağlı olarak bireylerin davranışları dinamik bir değişim süreci içinde evrilmektedir (Ebadi Jalal ve Elmaghraby, 2024; Rangaswamy vd., 2022; Oliver, 1999; East vd., 2008). Öte yandan, bazen tüketiciler alışkanlık nedeniyle hep aynı markayı alabilmektedir (Ji ve Wood, 2007; Tohidi vd., 2022, s. 2). Bu anlamda, tekrar eden alışveriş davranışları merak konusu olmaktadır. Çünkü tekrar eden satın alımların her zaman müşteri sadakati ile ilgili olmadığı ortaya çıkmıştır (Bozzo, 2002, s. 335). Bu bağlamda, tüketicilerin geçmişte yapmış olduğu satın alımları tekrar etme olasılığının yüksek olduğu tespit edilmiş ve bu kalıcılık durumu atalet olarak ifade edilmiştir (Dubé vd., 2010, s. 417). Atalet durumunun ilk olarak Frank (1962) ve Massy (1966) tarafından yapılan çalışmalarda görüldüğü ve kavramın birçok kişi tarafından açıklanmaya çalışıldığı belirtilmektedir (Dubé vd., 2010, s. 417; Cui vd., 2021, s. 23-24).

Tüm bunlarla birlikte tüketici ataleti, daha önce yapılmış olan tüketim davranışlarının aynı türden daha fazla tüketim davranışını ortaya çıkardığı genellemesini ifade etmektedir. Bir başka deyişle, tüketici tarafından düşünmeyi ve pişmanlığı en aza indirmek için daha önce yapılmış tüketimlerin tutarlılığı ve büyüklüğü bir atalet zihniyetine dönüştürülmektedir (Henderson vd., 2021, s. 351). Bu bağlamda, değişim riskinden kaçmak ve düşünmeye zaman kazanmak amacıyla geçmiş deneyimlerden benzer sonuçlara ulaşılabilirdiği görülmektedir. Alternatifler çekici olduğu halde tüketici hiçbir güç onu değiştirmeye zorlamadığı sürece mevcut satın alımlarına devam edebilmekte ve değişime direnç gösterebilmektedir (Kuo vd., 2013, s. 169). Aynı markanın pasif bir şekilde çok fazla düşünülmeden tekrar satın alınmasına neden olan atalet, bilinçsiz bir süreç olarak ifade edilmektedir. Ataletin etkisi ise tekrar satın almanın pazarlama değişkenlerine cevap vermesini sağlamaktadır. Diğer bir ifade ile atalet durumunda bireylerin, pazarlama değişkenlerine duyarlı olma eğilimi taşıdığı belirtilmiştir (Solomon, 1994, s. 240; Huang ve Yu, 1999, s. 525).

2.2. Müşteri Memnuniyeti

İşletmeler ve pazarlama araştırmacılarının sıklıkla çalıştığı ve ekonomik performans üzerinde önemli etkiler yarattığı bilinen bir diğer konu müşteri memnuniyeti olmaktadır (Bolton vd., 2004). Müşteri memnuniyeti ile sadakat artabilir, gelecekteki kazançlar güvence altına alınabilir ya da müşteri kaybı en aza indirilebilir, başarısız pazarlama ve yeni müşteri maliyetleri düşürülebilir, reklam etkinlikleri artırılarak işletmenin imajı güçlendirilebilir (Mithas vd., 2005, s. 202; Kim vd., 2004, s. 149). Tüm bunlarla birlikte, Tse ve Wilton 1988 yılında yaptıkları çalışmada müşteri memnuniyetini “*tüketicinin, önceki beklentiler ile ürünün tüketiminden sonra algılanan gerçek performansı arasındaki algılanan tutarsızlığın değerlendirilmesi*” şeklinde tanımlamıştır (Tse ve Wilton 1988, s. 204). Kim ve diğerleri (2004, s. 148) müşteri memnuniyetini, kişinin memnuniyet düzeyine ilişkin yargısı ve yine kişinin memnuniyet durumuna verdiği tepki olarak ifade etmektedir. Bu bağlamda, bireyin hizmet kalitesine ilişkin kendi algıları oldukça önemli olmaktadır. Kotler ve diğerlerine (2024, s. 37) göre ise müşteri memnuniyeti, “*ürünün algılanan performansının alıcının beklentilerine göre değerlendirilmesine bağlı olması*” şeklinde ifade edilmiştir.

Bir ürün kullanımından sonra kişinin beklentisi karşılanır ve tatmin olursa, bu durumda müşteri memnuniyetinden söz edilebilir. Öte yandan, kişi tarafından tüketilen ürün beklentilerle uyumuyorsa, müşterinin hayal kırıklığı yaşayacağı ve memnun olmayacağı söylenebilir. Memnuniyetin gerçekleşmesi için ise Handi Irawan (2004); ürün kalitesi, fiyat, hizmet kalitesi, duygusal faktör ve bir ürün/hizmet alımının kolaylığı faktörlerinin etkili olabileceğini belirtmiştir (aktaran Tufahati vd., 2021, s. 178).

Müşteri memnuniyetinin sağlanması, müşteri sadakatini doğrudan artırması ve bireylerle güçlü bağlar geliştirmesi, aynı zamanda müşterilerle uzun ve karlı ilişkiler kurulması konusunda da yardımcı olması açısından önemlidir (Deng vd., 2010, s. 289; Eshghi vd., 2007, s. 101; Anderson vd., 2004, s. 172). Bu anlamda müşteri memnuniyeti, başarılı bir işletme için olmazsa olmaz araçlardan biri haline gelmiştir (Khadka ve Maharjan, 2017, s. 5). Tüm bunlar, memnuniyet sonrasında olumlu ağızdan ağıza iletişim, daha fazla ürün satın alma, tekrar satın alma, tekrar satın alma niyeti gibi etkilerin ortaya çıkacağını göstermektedir (Hanif vd., 2010, s. 45; Hill vd., 2007, s. 229; Khadka ve Maharjan, 2017, s. 6; Tufahati vd., 2021, s. 177; Novitasari vd., 2022, s. 280).

2.3. Sosyal Değer

Sosyal bilimler literatürüne bakıldığında, değer tanımlarının çeşitlendiği görülmektedir. Bu bağlamda; arzu edilen, bireylerin hayatına kılavuzluk eden, önem dereceleri farklı ve durum ötesi olarak görülen hedefler yaygın olarak kullanılan değer tanımlarından biri olarak ifade edilmektedir (Rokeach, 1973; Schwartz, 1992, aktaran Yazıcı, 2016, s. 210). Bir başka tanıma göre ise değerler, “*bir kişinin veya sosyal grubun ahlaki ilkeleri, inançları ya da kabul görmüş standartları*” şeklinde açıklanmaktadır (Collins Dictionary, 2025).

Hızla değişen dünyada kendi yerini arayan toplum/birey için oldukça önem taşıyan değerlerin, ortaya çıkan yeni toplumsal düzenlemelerle uygunluk göstermesi ve toplumun iyi tanınması için ayrıntılı bir biçimde incelenmesi gerektiği belirtilmektedir. Öte yandan Rokeach (1973), değerlerin değişime açık yapılar olduğunu ve zaman içinde meydana gelen ihtiyaçları karşılayabilmek için değer önceliklerin değişebildiğini ifade etmektedir (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000, s. 60). Bununla birlikte, pazarlama ve tüketici araştırmalarında değer kavramının anlaşılması son derece zor bir konu olduğu ifade edilmekte ve Rokeach'ın (1979) teorisi ile sosyal değerler, bireysel tüketici seçim düzeylerine çevrilmekte (Karababa ve Kjeldgaard, 2014). Bu anlamda değerler, kişilere kendi hayatlarında öncülük edebilen ve kişilerin ilişkilerini düzenleyen, önceliklerini belirleyen, toplumsal hayatı mümkün kılan düzenleyici ilke ve inançlar olarak görülmektedir (Yazıcı, 2019). Diğer yandan, tüketici seçim davranışını şekillendiren beş tüketim değerinin; işlevsel değer, sosyal değer, duygusal değer, epistemik değer ve koşullu değer olduğu ve bir kararın bu beş tüketim değerinden biri ya da hepsi tarafından etkilenebileceği ifade edilmektedir (Sheth vd, 1991, s. 160).

Toplumsal yapıda belirleyici bir rol üstlendiği sonucuna ulaşılan ve bu çalışmada aracı bir değişken olarak ele alınan sosyal değer, “*bir gruba ya da topluma üye olan kişilerin ortak duygu ve düşüncelerini yansıtan genel inançlar*” olarak ifade edilebilir (Yazıcı, 2016, s. 209; Güven, 1999, s. 163). Bir başka tanıma göre ise sosyal değer, insan hayatında iyi ve değerli kabul edilen şeyler olarak belirtilmektedir (Karababa ve Kjeldgaard, 2014, s. 120). Pazarlama açısından sosyal değer, ürünün ya da markanın? sosyal benlik kavramını geliştirme yeteneğinden elde edilen fayda şeklinde açıklanabilir (Sweeney ve Soutar, 2001, s. 211). Tüketici tercihlerinde etkili olduğu bilinen sosyal değer, insan davranışını açıklamada temel bir öneme sahip olduğu belirtilmektedir (Sheth, 1991). Bununla birlikte çok görünür ürünleri (giyim, mücevher gibi) ve başka insanlarla paylaşılacak mal/hizmetleri içeren seçimlerin genel anlamda sosyal değer tarafından yönlendirildiği söylenmektedir. Öyle ki genellikle işlevsel olduğu düşünülen ürünler (örn. mutfak aletleri) bile sıklıkla sosyal değerlere uygun olarak seçilebilmektedir (Sheth vd., 1991, s. 161). Bunun sebebi, tüketicilerin ürünleri sadece işlevsel faydalar sebebiyle edinmediği, üründen elde edilen haz (duygusal değer) ve ürünün başkalarına ilettiğinin sosyal sonuçları (sosyal değer) açısından da değerlendirdiği görülmektedir (Sweeney ve Soutar, 2001, s. 216). Bu anlamda sosyal değerlerin, farklı sosyal bilim alanlarında teori ve araştırmalara konu olduğu görülmektedir (Warner ve Lunt, 194; Hyman, 1942; Robertson, 1967; Sheth vd., 1991; Veblen, 2017).

2.4. Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Geçmiş çalışmalara bakıldığında ataletin, tüketiciyi aynı markayı satın alım davranışına yönlendirebileceği ifade edilmektedir (Goh vd., 2016, s. 994). Bilinçsiz olarak aynı markanın satın alınmaya devam etmesi durumunda ataletten söz edilmekteydi. Yüksek memnuniyetin, değişim için motivasyonu azaltabileceği ve bu durumun tüketicinin markadan sapma olasılığını düşürebileceği, dolayısıyla ataletin artması beklenebilir (Erciş vd., 2018; Pandowo ve Mamuaya, 2023). Bu bağlamda, beklentisi karşılanan ve tatmin olan bireyin, memnuniyet yaşayacağı ve aynı markayı satın almaya devam edebileceği göz önüne alındığında, tüketici ataleti ve müşteri memnuniyeti arasında bir ilişki kurulabileceği görülmektedir (Bawa, 1990, s. 263; Cronin vd., 2000; McMullan ve Gilmore, 2003, s. 234; Pandowo ve Mamuaya, 2023, s. 59). Memnuniyet doğrudan bir etki yaratmasa bile tüketici ataletinin tekrarlayan satın almalar üzerindeki etkisini güçlendirebileceği ya da zayıflatabildiği gözlemlenmiştir (Güven, 2023, s. 996). Hem olumlu duyguların hem de kişinin hareketsizliği ve pasifliği sebebiyle ataletin gerçekleşebileceği belirtilmektedir (Cui vd., 2021, s. 24). Bu bağlamda, müşteri memnuniyeti ile tüketici ataleti arasında bir ilişki olabileceği ve yüksek bir müşteri memnuniyetinin tüketici ataletini etkileyerek bireylerin aynı marka ya da hizmeti tercih etmeye devam edebileceği öngörülmektedir.

Bireyler, sosyal değerleriyle uyumlu markaları tercih ediyorlarsa, bu markalara yüksek algısal bağlılık geliştirebilir. Bu bağlılık ise tüketici ataletine sebep olabilir, çünkü değer uyumu değişim yerine mevcut durumu korumaya dair motivasyonu artırabilir. Aynı zamanda tüketici, sosyal çevrede onay gören ve değer tatminlerine uygun olarak algıladığı bir ürün ya da markayı daha çekici bulabilir. Tüm bunlar, bireyin satın alma davranışlarını

etkilemekte ve tüketicinin mevcut satın alımlarına devam etmesini sağlayabilmektedir. Bu anlamda, sosyal değer ve tüketici ataleti arasında bir ilişki olabileceği öngörülmektedir (Kahle ve Xie, 2018; Kim vd., 2013; Juscus ve Sneideriene, 2013; Paul vd., 2009, s. 225; Zhang vd., 2021, s. 24; Park, 2019; Ahn ve Kwon, 2020, s. 1563; Henderson vd., 2021, s. 352). Aynı şekilde, müşteri memnuniyeti bir yerde sosyo-kültürel değerlerin uygunluğuna bağlı olmaktadır (Demir, 2006, s. 18). Memnuniyet sonucunda müşterilerin işletmeye bağlılığı artabilir ve olumlu algılar oluşabilir. Diğer bir deyişle, memnun müşteriler işletmeyi başka insanlara tavsiye edebilir, bu durum ise sosyal değeri artırabilir. Sosyal değerler inşa edebilmek ise önemli kazançlar sağlamak için elzem olmaktadır (Sweeney ve Soutar, 2001, s. 217).

Sosyal değer kavramının aracı değişken olarak çalışmaya dâhil edilmesi, tüketicilerin memnun kaldığı ürün ve hizmetlerden elde ettiği işlevsel faydalarla birlikte, bu ürünlerin kendilerine sağladığı sosyal kabul, ait olma ve statü duygusunu da önemli görmesidir. Dolayısıyla, sosyal değer algısı yüksek olan kişilerde memnuniyetin kalıcı satın alımlara yani tüketici ataletine dönüşme ihtimalinin olacağı öngörülmektedir. Bu anlamda, çalışmanın daha derin ve çok boyutlu bir açıklama ile bilimsel katkıyı artıracağına inanılmaktadır (Reyes-Menendez vd., 2022; Wnag vd., 2023; Yum ve Kim, 2024).

Tüm bunlar sonucunda, müşteri memnuniyetinin tüketici ataleti üzerinde etkili olduğu, aynı zamanda sosyal değer de tüketici ataletini etkilediği düşünüldüğünde, bu değişkenler arasında aracı bir etki olabileceği öngörülmüştür. Aracılık eden bir değişken, bağımsız bir değişkenin bağımlı bir değişken üzerindeki etkisini iletmektedir (MacKinnon vd., 2007). Müşteri memnuniyeti, sosyal değer ve tüketici ataleti değişkenleri arasındaki ilişkiyi anlamak, işletmelerin müşteri ilişkileri ve pazarlama kararlarındaki stratejilerin daha iyi anlaşılmasında önemli bir katkı sunabilir. Dahası, tüketicilerin davranışları, rekabet avantajı ve müşteri bağlılığı gibi konularda yol gösterici sonuçların elde edileceği ifade edilebilir. Bu kapsamda oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₁: Müşteri memnuniyetinin tüketici ataleti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Müşteri memnuniyetinin sosyal değer üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Sosyal değerlerin tüketici ataleti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

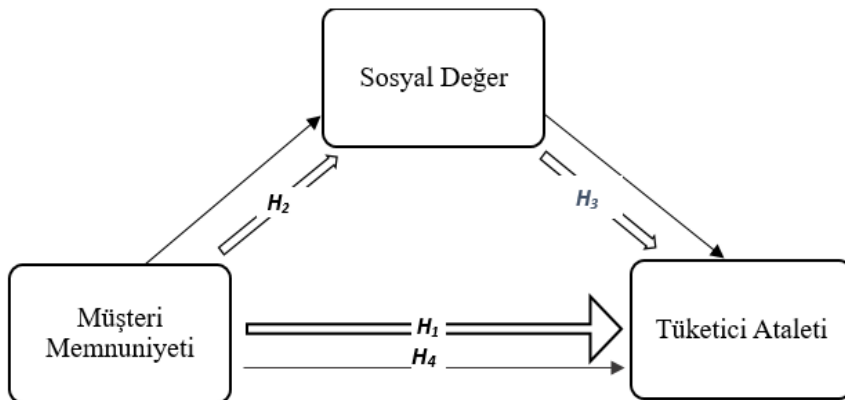
H₄: Müşteri memnuniyetiyle tüketici ataleti arasındaki ilişkide sosyal değer aracılık rolü vardır.

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Modeli

Çalışma değişkenlerinin yorumlanması ve ilgili analizlerin anlaşılmasını kolaylaştırmak amacıyla önerilen araştırma modelinin Şekil 1’de yer aldığı görülmektedir. Modelde bağımsız değişkeni müşteri memnuniyeti oluştururken, bağımlı değişkeni tüketici ataleti ve aracı değişkeni ise sosyal değer oluşturmaktadır. Bu çalışma için Harran Üniversitesi Etik Kurulundan 2025/6 sayılı ve 09.01.2025 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

Şekil 1. Önerilen Araştırma Modeli



3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın amacı ve kapsamı ve aynı zamanda toplanan verilerin eskimesi, zaman ve maliyet gibi kısıtlar sebebiyle örnekleme yoluna gidilmiştir (Yıldız, 2017). Çalışmanın ana kütesini, çevrim içi alışveriş yapan internet kullanıcıları oluşturmaktadır. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verilerine göre 2024 yılında %76,7 ile en fazla sipariş verilen kategorinin giyim, ayakkabı ve aksesuar olduğu görülmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2024). Ticaret Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu rapora göre ise e-ticaret faaliyetinde bulunan işletmelerin en çok bulunduğu ilk şehir İstanbul olarak kayıtlara geçmiştir (Ticaret Bakanlığı, 2024, s. 97). Bu bağlamda örneklem, İstanbul'da yaşayan 18 yaş ve üstü hazır giyim online alışverişi gerçekleştiren kullanıcılar olarak belirlenmiştir. Araştırma anketinin, örneklem dahilinde yapılabilmesi amacıyla filtre sorusu ve dört bölüm belirlenmiştir; ilk bölümde, Anderson ve Srinivasan, (2003) çalışması içerisinde alınan ve 3 maddeden oluşan Tüketici Ataleti Ölçeği yer almaktadır. İkinci bölümde, Sweeney ve Soutar (2001) çalışması içerisinde alınan ve 4 maddeden oluşan Sosyal Değer Ölçeği yer almaktadır. Anketin üçüncü bölümünde, Voss ve diğerleri (1998) çalışması içerisinde alınan ve 3 maddeden oluşan Müşteri Memnuniyeti Ölçeği yer almaktadır. Son bölümde ise çalışmayla ilgili demografik sorulara yer verilmiştir. Öte yandan, araştırmadaki ölçekler 5'li Likert ile ölçülmüştür.

Örneklem büyüklüğü hesaplamasında, soru başına düşen örneklem sayısı baz alınmış ve DFA (doğrulayıcı faktör analizi) bağlamında, örneklem büyüklüğünün soru sayısına oranının (N/q); 10/1 ile 20/1 aralığında olabileceği ifade edilmiştir (Kline, 2011, s. 12; Hair vd., 2014, s. 100). Çalışmada yer alan ölçeklerin toplam soru sayısına göre 10x20=200 kişilik bir örneklem yeterli olabilmektedir. Fakat araştırma bulgularının daha güvenilir ve geniş kitlelere uygulanabilir olması açısından 09.01.2025-20.02.2025 tarihleri arasında toplamda 388 tüketiciden anket verisi toplanmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemi ile online anket yoluyla toplanarak tamamlanmıştır. Online anket, araştırmacıların internet aracılığıyla geniş örneklemlerden veri toplanmasını mümkün kılan bir yöntem olmaktadır. Bu yöntem, zaman ve maliyet avantajıyla beraber, farklı coğrafyalardan katılımcılara ulaşmayı da kolaylaştırmaktadır. Hazırlanan anket formları; e-posta, sosyal medya, web sitesi, mobil araçlar, online paneller gibi yöntemler kullanılarak dağıtılmaktadır. Cevaplanan anketleri platform, otomatik olarak kaydetmektedir (Wright, 2005; Regmi vd., 2016). Bununla birlikte, bulguların güvenilirliğini artırma amacıyla ankete kontrol sorusu ve filtre sorusu eklenmiştir. Ölçek güvenilirliğinin sağlanabilmesi için sorularda ters kodlamaya yer verilmiştir. Analiz öncesinde kayıp veriler, kontrol sorusu, aykırı veriler, uç veriler ve ters kodlanmış soruya hatalı yanıt veren katılımcıların anketleri elenerek, veriler analize hazır hale getirilmiştir. Tüm bunlar sonucunda, 20 veri elenmiş ve toplamda 368 adet anket verisi ile analize devam edilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Bulgular

Aşağıdaki tabloda, çalışmaya katılım sağlayan bireylerin demografik özellikleri gösterilmektedir.

Tablo 1. Demografik Özellikler

		Frekans	Yüzde (%)		Frekans	Yüzde (%)	
Cinsiyet	Kadın	215	58,4	Gelir	22.105 TL ve altı	96	26,1
	Erkek	153	41,6		22.106-32.106 TL	78	21,2
Medeni Durum	Bekâr	207	56,3	Eğitim	32.107-42.107 TL	73	19,8
	Evli	161	43,8		42.108-52.108 TL	46	12,5
Yaş	18-23 yaş	43	11,7	Eğitim	52.109 TL ve üstü	75	20,4
	24-29 yaş	123	33,4		İlköğretim	32	8,7
	30-35 yaş	129	35,1		Lise	58	15,8
	36-41 yaş	39	10,6		Ön Lisans	58	15,8
	42 yaş ve üstü	34	9,2		Lisans	157	42,7
					Lisansüstü	63	17,1

Tablo 1'e bakıldığında, 215 (58,4) kadın ve 153 (41,6) erkek katılımcı ile toplamda 368 bireyin soruları cevapladığı görülmektedir. Bununla birlikte, medeni durum bakımından 207 (56,3) katılımcının bekâr, 161 (43,8) katılımcının

ise evli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların yaşlarına ilişkin bulgular incelendiğinde en fazla dağılımın %35,1 ile 30-35 yaş aralığında toplandığı, hemen ardından %33,4 ile 24-29 yaş aralığının en yüksek ikinci katılımcı grup olduğu ifade edilmektedir. Eğitim anlamında en yüksek dağılım %42,7 ile lisans düzeyindeki katılımcılardan oluşmaktadır. Son olarak, gelir dağılımında yaklaşık düzeylerin olduğu, sırasıyla %26,1 (22.105 TL ve altı), %21,2 (22.106-32.106 TL) ve %20,4 (52.109 TL ve üstü) şeklinde sonuçlandığı görülmektedir.

4.2. Geçerlilik, Güvenilirlik ve Normallik Analizleri

Saha araştırması sonucunda ulaşılan örneklem grubu için ölçeklerin temel yapısının korunup korunmadığını test etmek amacıyla keşfedici faktör analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

	Tüketici Ataleti	Sosyal Değer	Müşteri Memnuniyeti
	ta1 0,801	sos1 0,897	mem1 0,923
	ta2 0,829	sos2 0,929	mem2 0,922
	ta3 0,739	sos3 0,925	mem3 0,537
		sos4 0,911	
Açıklanan Toplam Varyans	62,499	83,813	66,332
Kaiser-Meyer-Olkin	0,655	0,830	0,558
Barlett	199,118	1289,907	446,987

*ta: Tüketici Ataleti, *sos: Sosyal Değer, *mem: Müşteri Memnuniyeti

KMO örnekleme yeterliliğinin kabul edilebilir olması için 0,50 üzeri olması yeterli olarak görülmektedir (Durmuş vd., 2016, s. 80). Bu bağlamda Tablo 2’de görüldüğü üzere, ölçeklere ait KMO yeterliliği istatistik değerlerinin kabul edilebilir olduğu tespit edilmiştir. Ölçeklerin orijinalinde olduğu gibi tek boyut altında toplandığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, 0,32 ve üzeri yük değerine sahip değişkenlerin faktör yükleri yorumlanabilmektedir. Faktör yükünün yüksek olması, değişkenin faktörle o oranda ilişkili olduğu anlamı taşımaktadır (Comrey ve Lee, 1992, s. 243; Tabachnick ve Fidell, 2014, s. 702).

Keşfedici faktör analizi sonrasında, ölçeklerin yapı geçerliliği bakımından uygunluğunu analiz etmek için tüm ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Bu bağlamda, altta yatan yapı hakkında bir teori olduğu zaman ya da araştırmacı altta yatan yapıyı anlamak istediğinde, faktör analizini kullanabilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2014, s. 57). Diğer bir ifadeyle, önceden geliştirilmiş, daha önceki çalışmalarda kullanılmış ya da kuramsal dayanağı bulunan ölçek veya modelin doğruluğunu toplanan veri bakımından teyit etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır (Gülbüz, 2024, s. 55).

Tablo 3. DFA Model Uyum Değerleri

	X ²	df	X ² /df	GFI	CFI	NFI	TLI	RMSEA
Tüketici Ataleti								
Müşteri Memnuniyeti	90,800	32	2,838	0,952	0,971	0,955	0,959	0,023
Sosyal Değer								
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri			<5	≥ 0,80	>0,90	>0,90	>0,90	<0,07

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda Tablo 3’te, ölçüm modellerinin ürettiği uyum değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu ve faktör yüklerinin ise 0,91-0,32 değerleri arasında yorumlanabilecek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Güvenilirlik, Geçerlilik ve Normallik Analizleri

Değişken	İfade	AVE	Güvenilirlik Değeri (Cronbach Alpha)	CR	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
Tüketici Ataleti	ta1	0,448	0,70	0,705	-0,176	-1,221
	ta2				0,065	-1,237
	ta3				0,251	-1,142
Sosyal Değer	sos1	0,785	0,93	0,936	0,386	-1,003
	sos2				0,388	-0,984
	sos3				0,432	-0,925
	sos4				0,333	-1,123
Müşteri Memnuniyeti	mem1	0,582	0,74	0,783	-0,528	0,175
	mem2				-0,564	0,021
	mem3				-0,684	-0,231

Faktörlerde yer alan maddelerin birbirleri ve ait oldukları faktör ile ilişkili olması, yakınsak geçerliliği ifade etmektedir. Bu amaçla, CR ile AVE değerleri faktörlerin yapı geçerliliği için önemli göstergeler olmaktadır. Yakınsak geçerliliğin sağlanabilmesi için AVE değerinin 0,50 ve üzeri, CR değerinin ise 0,70 ve üzeri olması koşullarının sağlanması gerekmektedir. Aynı zamanda, CR değerinin de AVE değerinden büyük olması beklenmektedir (Fornell ve Larcker, 1981, s. 47; Kline, 2023, s. 239; Gürbüz, 2024, s. 82). CR değerlerinin 0,70'ten büyük olması ölçeklerin tamamında güvenilirliğin sağlandığı anlamına gelmektedir. Sonuçta Tablo 4'te de görüldüğü üzere, ölçeklerin tamamında söz konusu kriterler ve buna bağlı olarak yakınsak geçerlilik sağlanmaktadır. Aynı zamanda, sorular arasında korelasyona bağlı uyum değeri olarak ifade edilen Cronbach's Alpha değeri 0,70 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin yeterli güvenilirlikte olduğu kabul edilmektedir (Durmuş vd., 2016, s. 89). Tabachnick ve Fidell (2014), çarpıklık ve basıklık değerlerin +1,5 ile -1,5 aralığında olduğu zaman verilerin normal dağılım gösterdiğini ifade etmektedir.

4.3. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

Verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş ve değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin varlığını kontrol etmek amacıyla Pearson Korelasyon Analizi uygulanmıştır (Field, 2009, s. 177). Korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında, müşteri memnuniyeti ile tüketici ataleti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, sosyal değer ve müşteri memnuniyeti arasında da yine pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Öte yandan, sosyal değer ve tüketici ataleti arasında herhangi bir ilişkinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Fornell ve Larcker (1981) ortalama açıklanan varyansın karekök değerleri ile korelasyon katsayılarını karşılaştırarak karekök değerlerinin kendi satır ve sütunundaki değerlerden yüksek olduğu durumda ayırsama geçerliliğinin sağlandığını ifade etmişlerdir. Bu durumda, belirtilen karekök değerleri ile korelasyon katsayıları karşılaştırıldığında ayırsama geçerliliğinin sağlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 5. Korelasyon Katsayıları ve Ayırsama Geçerliliği Tablosu

	Ort.	S.S.	1	2	3
Tüketici Ataleti (1)	2,8895	1,09847	(0,669)		
Müşteri Memnuniyeti (2)	3,8370	0,75843	0,157**	(0,886)	
Sosyal Değer (3)	2,5482	1,22330	0,055	0,266**	(0,763)

**p<0,01(2-tailed) (N=368)

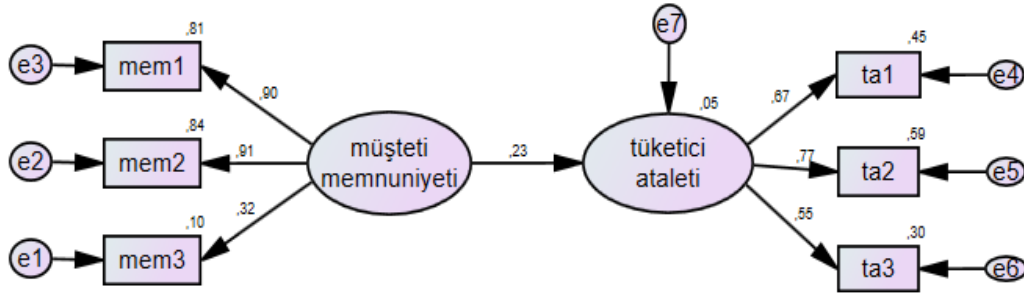
* Parantez içindeki sayılar AVE'nin karekökü olmaktadır.

4.4. Yapısal Eşitlik Modellemesi ve Hipotez Testi Sonuçları

Araştırmada kullanılan ölçeklerin veri analiz değerlendirmesinin yapılması amacıyla yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesinde (YEM), tek bir istatistiksel teknikten ziyade, ilgili analizler ailesi ifade edilmektedir. YEM, aynı anda birden fazla bağımsız, aracı ve bağımlı değişkeni içeren karmaşık nedensel ilişkileri test etmeyi sağlamaktadır. Aynı zamanda, gizil değişkenleri kullanarak, gözlenen

değişkenlerdeki hataları modelin dışında bırakmakta ve daha güvenilir katsayılar sağlamaktadır. Dahası, araştırmanın önerdiği teorik modeli bütünsel olarak sınama şansı tanımaktadır. Hangi değişkenlerin diğer değişkenleri etkilediğinin varsayıldığı ve bu etkilerin yönleri gibi konularda çok sayıda bilgi edinmeyi sağlamaktadır. Bu modelde, hipotezler gösterilmekte ve toplamda analiz edilecek model oluşturulmaktadır. Buradaki amaç, oluşturulan modelin test edilmesi ve araştırma bulgularıyla teorinin uyumu nasıl sağladığını göstermektir (Hair vd., 2014; Kline, 2023). Müşteri memnuniyetinin tüketici ataletine etkisinde sosyal değer aracı etkisinin araştırıldığı bu çalışmada Baron ve Kenny'nin (1986) önerdiği adımlar dikkate alınmıştır. Bu bağlamda, aracılık etkisinin olabilmesi için ilk olarak bağımsız olan değişken ile bağımlı olan değişken arasında anlamlı bir şekilde etki olmalıdır. Diğer bir ifadeyle, bağımsız, bağımlı olan değişkeni etkilemelidir. İkinci adımda, bağımsız değişken, aracı değişkeni aynı şekilde anlamlı olarak etkilemelidir. Son adımda ise modelde aracı değişken mevcutken, bağımlı değişkenin bağımsız değişken üzerindeki etkisi azalmalı ve aracı değişkenin bağımlı olan değişkeni anlamlı bir şekilde etki etmesi beklenmektedir.

Şekil 2. H1 Hipotezinin Yapısal Eşitlik Modeli

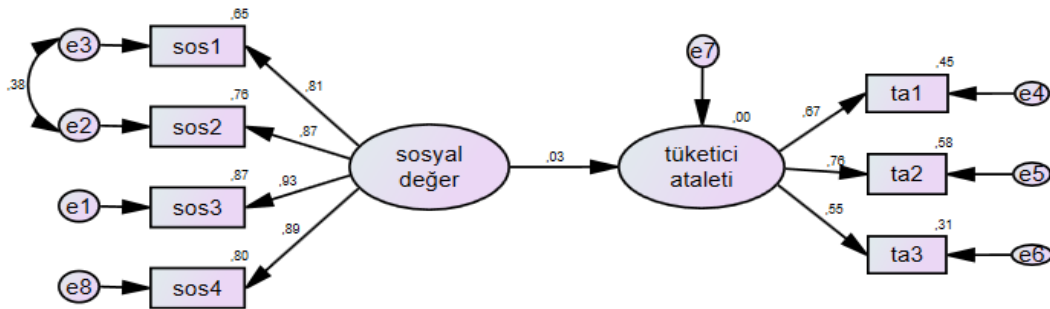


Araştırmanın H_1 hipotezi testi için tasarlanan yapısal eşitlik modellemesi yukarıdaki şekilde (Şekil 2) gösterilmektedir. Şekildeki modelin uyum değerleri kabul edilebilir sınırları içerdiğinden herhangi bir modifikasyona ihtiyaç duyulmamıştır. Bu anlamda, uyum değerleri kabul edilebilir sınırları içerdiğinden, yapısal olarak modelin uygun olduğu gözlemlenmiştir. Oluşturulan modelde müşteri memnuniyeti ve tüketici ataleti arasındaki beta katsayısı (standardize) 0,23; standart hata oranı 0,303; kritik oranı 3,059; anlamlılık değeri $p < 0,05$ ve $e R^2$ değeri 0,05 olarak tespit edilmiştir. Analiz sonucundaki değerler incelendiğinde müşteri memnuniyetinin tüketici ataletini ($\beta = 0,23$; $p < 0,05$) etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular, H_1 hipotezinin desteklendiğini ifade etmektedir.

Tablo 6. H1 Hipotezi Modelinin Uyum Değerleri

H1 Hipotezi Modeli	X^2	df	X^2/df	GFI	CFI	NFI	TLI	RMSEA
	10,087	8	1,261	0,991	0,997	0,985	0,994	0,027
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri			< 5	$\geq 0,80$	$> 0,90$	$> 0,90$	$> 0,90$	$< 0,07$

Şekil 3. H3 Hipotezinin Yapısal Eşitlik Modeli



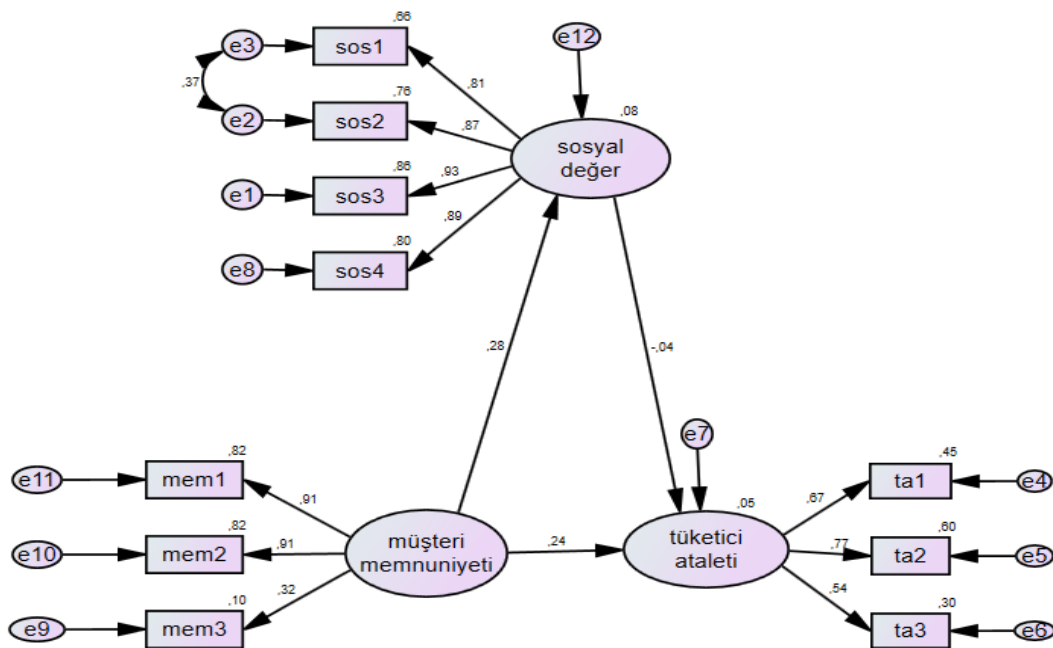
Araştırmanın H₃ hipotezinin testi için tasarlanan yapısal eşitlik modellemesi Şekil 3'te gösterilmektedir. Şekildeki modelin uyum değerleri kabul edilebilir değerler arasında olmadığından AMOS programının önerdiği modifikasyon (sos1-sos2) [sosyal değer] gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda, uyum değerleri kabul edilebilir sınırları içerdiğinden, yapısal olarak modelin uygun olduğu gözlemlenmiştir. Modele göre sosyal değer ve tüketici ataleti arasındaki beta katsayısı (standardize) 0,35; standart hata oranı 0,050; kritik oranı 0,550; anlamlılık değeri $p > 0,05$ ve $e R^2$ değeri 0,00 olarak tespit edilmiştir. Tüm bu değerler incelendiğinde sosyal değerın tüketici ataletini ($\beta=0,35$; $p > 0,05$) etkilemediği görülmektedir. Bu bulgular, H₃ hipotezinin reddedildiğini ifade etmektedir.

Tablo 7. H3 Hipotezi Modelinin Uyum Değerleri

H1 Hipotezi Modeli	X ²	df	X ² /df	GFI	CFI	NFI	TLI	RMSEA
	27,915	12	2,326	0,979	0,998	0,982	0,981	0,060
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri			<5	≥ 0,80	>0,90	>0,90	>0,90	<0,07

Müşteri memnuniyeti ile tüketici ataleti arasındaki ilişkide sosyal değerın aracılık rolü Baron ve Kenny'nin (1986) belirttiği basamaklardan oluşan yöntemle test edilmiştir. Bu durumda ilk şart bağlamında bağımsız ve bağımlı değişkenlerin durumlarının etkileri Şekil 2'de gösterilmektedir. İkinci ve son aşama için tasarlanan yapısal eşitlik modeli ise aşağıdaki şekilde (Şekil 4) gösterilmiştir.

Şekil 4. Aracılık Etkisi İçin Oluşturulan Yapısal Eşitlik Modeli



Yukarıdaki şekilde (Şekil 4) oluşturulan modelin uyum değerleri kabul edilebilir değerler arasında olmadığından AMOS programının önerdiği modifikasyon (sos1-sos2) gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, Ki-kare değeri 60,927; df değeri 31; X² /df değeri 1,965; GFI değeri 0,968; CFI değeri 0,985; NFI değeri 0,970; TLI değeri 0,978 ve RMSEA değeri ise 0,051 şeklindedir. Bu uyum değerleri, kabul edilebilir sınırları içerdiğinden, yapısal olarak modelin uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8. Aracılık Etkisi Yapısal Eşitlik Modeli Uyum Katsayıları

Değişkenler	β	Standart Hata	Kritik Oran	P	R ²
Sosyal Değer <--- Müşteri Memnuniyeti	0,280	0,363	3,906	***	0,079
Tüketici Ataleti <--- Sosyal Değer	-0,035	0,051	-0,543	0,587	-
Tüketici Ataleti <--- Müşteri Memnuniyeti	0,241	0,315	3,039	***	0,055

Tablo 5'teki değerler incelendiğinde müşteri memnuniyetinin sosyal değeri ($\beta=0,28$; $p<0,05$) etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulgulara kapsamında H_2 hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Tüm bu veriler bağlamında Baron ve Kenny'nin (1986) ikinci şartının sağlandığı, aracılık etkisinin tespit edilmesi için ise üçüncü şartın test edildiği görülmektedir. Aracı değişken olarak modele sosyal değer eklendiğinde aracı değişken ile tüketici ataleti arasındaki ilişkide $p>0,05$ olduğu için değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı herhangi bir ilişki bulunmamıştır. Bu anlamda Baron ve Kenny'e göre (1986) son aşama şartı sağlanamamış ve aracılık etkisi bulunmamıştır. Bu bulguya göre H_4 hipotezi reddedilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bir ürün kullanımından sonra kişinin beklentisi karşılanır ve tatmin olursa, bu durumda müşteri memnuniyetinden söz edilebilir (Tufahati vd., 2021, s. 178). Memnun müşterinin ise bireylere tekrar satın alımlar yaptıracığı literatürdeki çalışmalarla ortaya çıkarılmıştır (Bawa, 1990; Cronin vd., 2000; McMullan ve Gilmore, 2003; Pandowo ve Mamuaya, 2023). Nitekim bu çalışmada, müşteri memnuniyetinin tüketici ataletini etkilediği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, elde edilen bulgunun literatürdeki çalışmalarla paralellik gösterdiği söylenebilir. Aynı şekilde, müşteri memnuniyetinin bir yerde sosyo-kültürel değerlerin uygunluğuna bağlı olduğu daha önce ifade edilmişti (Demir, 2006). Analiz sonucunda elde edilen bulguya göre müşteri memnuniyetinin sosyal değeri etkilediği görülmüştür. Benzer çalışmalara literatürde rastlamak mümkündür (Onaran vd., 2013; Karakaya, 2017; Marcos ve Coelho, 2022).

Öte yandan, geçmiş çalışmalara bakıldığında ataletin tüketiciyi tekrar satın alım davranışına yönlendirebileceği ifade edilmekte ve bu sebeple tüketici ataleti kavramının tüketici davranışı üzerine yürütülen çalışmalarda son yıllarda ilgi çeken bir konu haline geldiği görülmektedir (Goh vd., 2016). Bulgulardan elde edilen sonuca göre sosyal değer tüketici ataletini etkilemediği görülmüştür. Tüketici ataletindeki alışkanlıkların gücü, ürün ya da markalarla kurulan duygusal bağlar, mevcut alışkanlıkları değiştirme konusunda risk algısına sahip olma ya da tüketicilerin sosyal değer sunduğu faydalar konusunda yetersiz bilgiye sahip olması gibi sebepler, tüketici ataletinin neden etkilenmediği ve sosyal değer neden aracı bir etkisinin olmadığını açıklayabilmektedir (İşler ve Atila, 2013; Ehrenberg, 2004; Pi ve Sangruang, 2011). Aynı zamanda sosyal değer, "başkaları için nasıl görüldüğüm", atalet ise alışkanlık, statüko yanlılığı durumunu ifade etmektedir. Bu sebeple sosyal değer ile tüketici ataleti arasındaki yol tutarlı ve güçlü olmayabilir. Yine tüketim eylemi başkaları tarafından görünür olmadığında toplumsal onay getirisi zayıflayabilir, dolayısıyla tüketici ataleti üzerinde anlamlı bir etki yaratmayabilir (Sweeney ve Soutar, 2001; Sheth vd., 1991; Polites ve Karahanna, 2012; Burnham vd., 2003; Heffetz, 2004).

Tüketicilerin davranışlarını anlamak, işletmelere rekabet avantajı sağlamada ve müşteri bağlılığını artırmada yol gösterici olabilmektedir. Analiz bulgularının bu anlamda; işletmeler, pazarlama araştırmacıları, akademisyenler, marka yöneticileri ve tüketiciler gibi taraflara müşteri memnuniyetinin önemini göstermekte, sosyal değer ise doğrudan ya da aracılık etkisi göstermemesi konusunda stratejiler oluşturulurken tek başına yeterli olmayacağını açıklar niteliktedir. Sosyal değer bu anlamda, bağlamsal sınır koşullarının ne olacağı araştırılabilir.

Tüketici ataleti konusunun gelecek yıllarda önemli bir çalışma alanı olacağı düşünülmekte çünkü kendi ataletlerinin farkında olmayan bireyler sömürülebilmekte, bunun farkında olan bireyler ise süreçlerinde bunları hesaba katarak, sıkıntı yaşayacakları durumlara girmekten kaçınabilmektedir (Miller vd., 2023). Ayrıca tüketici ataletinin, sadece talep tarafını etkilemediği, aynı zamanda arz kısmında da problemler yarattığı belirtilmektedir. Bunun sebebi, piyasaya yeni girecek olan işletmelerin, bireylerin atalet göstermesiyle mevcut tedarikçilerini değiştirmemesi olasılığında, pazara girmekten vazgeçmesi olarak ifade edilebilmektedir. Tüm bunlar, rekabet etkinliğiyle yaşanacak yenilikleri azaltarak, tüketicinin elde edeceği faydayı sınırlandırabilir (Barrow, 2007; Xavier ve Ypsilanti, 2008). Diğer bir deyişle atalet, bireylerin sürekli müşteri sadakatini güvence altına alabilmekte fakat aynı zamanda potansiyel genişlemeyi engelleyebilmektedir. Bu bağlamda, tüketici ataletinin altında yatan psikolojiyi (alışkanlık, kaygı, belirsizlikten kaçınma vb.) incelemek, ilgili araştırmacıların atalet gösteren tüketicilerle proaktif olarak etkileşime girip girmemesi konusunda bilgi verebilir (Henderson vd., 2021). Tüketici ataletinin yaratacağı problemleri ortadan kaldırabilmek için de pazarlama değişkenlerinin etkilerini anlayabilmek kritik bir önem taşımaktadır. Özetle, bu çalışmadan elde edilen sonuçların gelecekte yapılması muhtemel çalışmaların bir referans kaynağı olma özelliğini taşıyabileceği düşünülmektedir.

Tüm bunlarla beraber sosyal değer literatürde, tüketici davranışlarını etkileyen bir değişken olduğu belirtilmektedir (Wu vd., 2018; Zaborek ve Kurzak Mabrouk, 2025). Çalışmada herhangi bir aracılık rolünün

bulunmaması, sosyal değer her bağlamda belirleyici olmayacağını ortaya koymuştur. Bu anlamda çalışma, farklı sektörel, kültürel ya da demografik faktörlere bağlı değişimleri anlamaya yardımcı olabilir (Sheth vd., 1991). Müşteri memnuniyetinin tüketici ataletini doğrudan etkilediği, sosyal değer katılmadığında bile bu ilişkinin güçlü olabileceği görülmektedir. Tüketicinin düzenli olarak aldığı ya da fazla araştırma yapılmadan satın alınan ürünler gibi belirli sektörlerde, sosyal değer ikinci planda kalabileceği düşünülebilir. Öte yandan, herhangi bir aracılık rolünün bulunmaması gelecek çalışmalarda hangi koşullarda ya da bağlamlarda sosyal değer gerçekten aracı rol oynayabileceği sorusunu yönelterek, literatürün çok boyutlu modeller geliştirmesine olanak sağlayabilir. Çalışma sonuçları düşünüldüğünde, pazarlama yönetimi bakımından firmaların doğrudan müşteri memnuniyetini artırma konusuna daha fazla odaklanması gerektiği ifade edilebilir. Dolayısıyla bu çalışma, uygulamada stratejik bir yönlendirme avantajı sağlayabilir.

Bu çalışmanın sonuçlarına göre gelecekteki araştırmalara yön verebilmek için bazı araştırma önerileri geliştirilmiştir. Bu durumda;

- Araştırmanın hazır giyim üzerinde gerçekleştirilmesi, bulguların yalnızca hazır giyim sektörü ile sınırlı olduğunu göstermektedir. Gelecek çalışmalarda başka sektörler de araştırılabilir.
- Yine gelecek çalışmalarda, benzer sektörde faaliyet gösteren markalar üzerine çalışmalar yapıp, karşılaştırmalı analizler sonucunda benzerliklerin ve farklılıkların ortaya çıkarılması sağlanabilir.
- Araştırma, genellenebilir olması açısından Türkiye'nin başka şehirlerinde uygulanabilir.
- Araştırmanın kapsamı genişletilerek başka değişkenler eklenebilir.
- Sosyal değer açısından kültürel bağlamların etkisi incelenebilir. Bireyci ya da toplulukçu toplumlarda sosyal değer, tüketici ataleti üzerindeki rolü araştırılabilir.
- Farklı demografik gruplarda (genç, yaşlı, yüksek gelirli vb.) memnuniyet-tüketici ataleti ilişkisi araştırılabilir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Ahn, J. ve Kwon, J. (2020). Green hotel brands in Malaysia: perceived value, cost, anticipated emotion, and revisit intention. *Current Issues in Tourism*, 23(12), 1559-1574.
- Akgun, O. ve Yavuz, U. (2021). Küresel markalardan beklenen fayda ve küresel marka bilinç düzeyinin küresel markalara yönelik tutumlara etkisi: Ampirik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 24(1), 135-150.
- Anderson, E. W., Fornell, C. ve Mazvancheryl, S. K. (2004). Customer satisfaction and shareholder value. *Journal of marketing*, 68(4), 172-185.
- Arslan, M. ve Bayçu, S. (2006). *Mağaza atmosferi*. Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Barrow, P. (2007). *Just enough: empowering fixed- line telecommunications consumers through a quality of service information system*. (CCP Working Paper 07- 2). Economic & Social Research Council. <http://www.ccp.uea.ac.uk/publications/workingpapers/CCP07- 2.pdf>

- Bawa, K. (1990). Modeling inertia and variety seeking tendencies in brand choice behavior. *Marketing science*, 9(3), 263-278.
- Bolton, R. N., Lemon, K. N. ve Verhoef, P. C. (2004). The theoretical underpinnings of customer asset management: A framework and propositions for future research. *Journal of the academy of marketing science*, 32(3), 271-292.
- Bozzo, C. (2002). Understanding inertia in an industrial context. *Journal of Customer Behaviour*, 1(3), 335-355.
- Burnham, T. A., Frels, J. K., ve Mahajan, V. (2003). Consumer switching costs: A typology, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of marketing Science*, 31(2), 109-126.
- Colgate, M. ve Lang, B. (2001). Switching barriers in consumer markets: an investigation of the financial services industry. *Journal of consumer marketing*, 18(4), 332-347.
- Collins Dictionary. (2025, 16 Şubat). *Values*. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/values> adresinden 16 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- Comrey, A. L. ve Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2. Edition). Psychology press.
- Cronin Jr, J. J., Brady, M. K. ve Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing*, 76(2), 193-218.
- Cui, R., Xin, S. ve Li, Z. (2021). Interrogating and redefining the concept of consumer inertia. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(1), 21-31.
- Demir, M. (2006). *Otel işletmelerinde müşteri memnuniyetinin değerlendirilmesi üzerine bir alan araştırması: Bartın ili örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K. ve Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International journal of information management*, 30(4), 289-300.
- Dubé, J. P., Hitsch, G. J. ve Rossi, P. E. (2010). State dependence and alternative explanations for consumer inertia. *The RAND Journal of Economics*, 41(3), 417-445.
- Durmuş, B., Yurtkoru E.S. ve Çinko, M. (2016). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. Beta Yayınları.
- East, R., Hammond, K. ve Lomax, W. (2008). Measuring the impact of positive and negative word of mouth on brand purchase probability. *International journal of research in marketing*, 25(3), 215-224
- Ebadi Jalal, M., ve Elmaghraby, A. (2024). Analyzing the Dynamics of Customer Behavior: A New Perspective on Personalized Marketing through Counterfactual Analysis. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(3), 1660-1681.
- Ehrenberg Andrew, S. C. (2004) *Tekrarlanan Reklamlar ve Tüketici*, (M. Dilber ve D. Ü. Biçicioğlu Çev.), Reklamcılık Vakfı Yayınları.
- Eibel-Spanyi, K., ve Hofmeister-Toth, A. (2013). The impact of values on consumer behaviour. *International Journal of Economics and Business Research*, 5(4), 400-419.
- Erciş, A., Yıldız, T., ve Deveci, F. G. (2018). The effect of inertia and satisfaction on consumer loyalty in online shopping sites. *Journal of Management Marketing and Logistics*, 5(3), 214-225.

- Eshghi, A., Haughton, D. ve Topi, H. (2007). Determinants of customer loyalty in the wireless telecommunications industry. *Telecommunications policy*, 31(2), 93-106.
- Field, A. P. (2009). *Discovering statistics using SPSS: (and Sex and Drugs and Rock'n'Roll)*. (3. Edition). SAGE Publications.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Goh, S. K., Jiang, N., Hak, M. F. A. ve Tee, P. L. (2016). Determinants of smartphone repeat purchase intention among Malaysians: A moderation role of social influence and a mediating effect of consumer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 993-1004.
- Gürbüz, S. (2024). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi* (3. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Güven, F. (2023). Tüketici ataleti dinamiği üzerine bir inceleme. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi (İKTİSAD)*, 8(22), 990-1002.
- Güven, S. (1999). *Toplumbilim*. Ezgi Kitabevi.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited.
- Hanif, M., Hafeez, S. ve Riaz, A. (2010). Factors affecting customer satisfaction. *International research journal of finance and economics*, 60(1), 44-52.
- Henderson, C. M., Steinhoff, L., Harmeling, C. M. ve Palmatier, R. W. (2021). Customer inertia marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49, 350-373.
- Heffetz, O. (2004). *Conspicuous consumption and the visibility of consumer expenditures*. (Unpublished doctoral dissertation). Princeton University.
- Hill, N., Roche, G. ve Allen, R. (2007). *Customer satisfaction: The customer experience through the customer's eyes*. Cogent Publishing Ltd.
- Huang, M. H. ve Yu, S. (1999). Are consumers inherently or situationally brand loyal?—A set intercorrelation account for conscious brand loyalty and nonconscious inertia. *Psychology & Marketing*, 16(6), 523–544.
- Hyman, H. H. (1942). *The psychology of status*, *archives of psychology*, No. 269. reprinted in Homans, GC, Sentiments and Activities, Free Press of Glencoe.
- İşler, D. B. ve Atilla, G. (2013). Duygusal zekâ ve dürtüsel satın alma davranışı ilişkisi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(26), 180-206.
- Ji, M. F. ve Wood, W. (2007). Purchase and consumption habits: Not necessarily what you intend. *Journal of Consumer Psychology*, 17(4), 261-276.
- Juscus, V. ve Sneideriene, A. (2013). The research of social values influence on consumption decision making in Lithuania. *Economics and Management*, 18(4), 793-801.
- Kahle, L. R., ve Xie, G. X. (2018). Social values in consumer psychology. *Handbook of consumer psychology* içinde (s. 576-586). Routledge.

- Karababa, E. ve Kjeldgaard, D. (2014). Value in marketing: Toward sociocultural perspectives. *Marketing Theory*, 14(1), 119-127.
- Karakaya, E. (2017). Müşteri duyguları ile müşteri memnuniyeti, sadakati ve satın alma sonrası kolaylık arasındaki ilişkilerin incelenmesi: yükseköğretim öğrencileri ile gerçekleştirilen bir saha çalışması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(50), 747-757.
- Khadka, K. ve Maharjan, S. (2017). Customer satisfaction and customer loyalty. *Centria University of Applied Sciences Pietarsaari*, 1(10), 58-64.
- Kim, M. K., Park, M. C. ve Jeong, D. H. (2004). The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services. *Telecommunications policy*, 28(2), 145-159.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. (3. Edition). Guilford publications.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. (4. Edition). Guilford publications.
- Kim, S. B., Sun, K. A., ve Kim, D. Y. (2013). The influence of consumer value-based factors on attitude-behavioral intention in social commerce: The differences between high-and low-technology experience groups. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 108-125.
- Kotler, P., Amstrong, G. ve Balasubramanian, S. (2024). *Principle of marketing* (19. Edition). Published by Pearson.
- Kuo, Y. F., Hu, T. L. ve Yang, S. C. (2013). Effects of inertia and satisfaction in female online shoppers on repeat-purchase intention: The moderating roles of word-of-mouth and alternative attraction. *Managing Service Quality: An International Journal*, 23(3), 168-187.
- Kuşdil, M. E. ve Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). Türk öğretmenlerin değer yönelimleri ve Schwartz değer kuramı. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(45), 59 - 76.
- Lai, L. H., Liu, C. T., ve Lin, J. T. (2011). The moderating effects of switching costs and inertia on the customer satisfaction-retention link: Auto liability insurance service in Taiwan. *Insurance markets and companies: Analyses and actuarial computations*, 2(1), 69-78.
- MacKinnon, D. P., Fairchild, A. J. ve Fritz, M. S. (2007). Mediation analysis. *Annual Review of Psychology*, 58(1), 593-614.
- Marcos, A. M. B. D. F. ve Coelho, A. F. D. M. (2022). Service quality, customer satisfaction and customer value: holistic determinants of loyalty and word-of-mouth in services. *The TQM Journal*, 34(5), 957-978.
- McMullan, R. ve Gilmore, A. (2003). The conceptual development of customer loyalty measurement: A proposed scale. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11, 230-243.
- Miller, K. M., Sahni, N. S. ve Strulov-Shlain, A. (2023). *Sophisticated consumers with inertia: Long-term implications from a large-scale field experiment*. 1-45.
- Mithas, S., Krishnan, M. S. ve Fornell, C. (2005). Why do customer relationship management applications affect customer satisfaction?. *Journal of marketing*, 69(4), 201-209.
- Novitasari, D., Napitupulu, B. B. J., Abadiyah, S., Silitonga, N. ve Asbary, M. (2022). Linking between brand leadership, customer satisfaction, and repurchase intention in the e-commerce industry. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(1), 280-289.

- Odabaşı, Y. (2019). *Postmodern pazarlamayı anlamak. Değişimler, yönelimler, esintiler*. The Kitap Yayınları.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of marketing*, 63(4_suppl1), 33-44.
- Onaran, B., Bulut, Z. A. ve Özmen, A. (2013). Müşteri değerinin, müşteri tatmini, marka sadakati ve müşteri ilişkileri yönetimi performansı üzerindeki etkilerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 4(2), 37-53.
- Oxford Learner's Dictionaries. (2025) *Inertia*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/inertia?q=inertia> adresinden 12 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır
- Pandowo, A. ve Mamuaya, N. C. (2023). Consumer inertia in Toiletries products: mediation effects of quality perception on brand credibility, brand satisfaction, and brand commitment. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(1), 59-76.
- Park, E. (2019). Motivations for customer revisit behavior in online review comments: Analyzing the role of user experience using big data approaches. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 14-18.
- Paul, M., Hennig-Thurau, T., Gremler, D. D., Gwinner, K. P. ve Wiertz, C. (2009). Toward a theory of repeat purchase drivers for consumer services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37, 215-237.
- Pi, S. M. ve Sangruang, J. (2011). The perceived risks of online shopping in Taiwan. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 39(2), 275-286.
- Polites, G. L. ve Karahanna, E. (2012). Shackled to the status quo: The inhibiting effects of incumbent system habit, switching costs, and inertia on new system acceptance. *MIS quarterly*, 21-42.
- Rangaswamy, E., Nawaz, N. ve Changzhuang, Z. (2022). The impact of digital technology on changing consumer behaviours with special reference to the home furnishing sector in Singapore. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1-10.
- Regmi, P. R., Waithaka, E., Paudyal, A., Simkhada, P. ve Van Teijlingen, E. (2016). Guide to the design and application of online questionnaire surveys. *Nepal journal of epidemiology*, 6(4), 640.
- Reyes-Menendez, A., Palos-Sanchez, P., Saura, J. R. ve Santos, C. R. (2022). Revisiting the impact of perceived social value on consumer behavior toward luxury brands. *European Management Journal*, 40(2), 224-233.
- Robertson, T. S. (1967). The process of innovation and the diffusion of innovation. *Journal of marketing*, 31(1), 14-19.
- Rokeach, M. (1973), *Nature of human values*. The Free Press
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25) içinde (s. 1- 65). Academic Press.
- Sheth, J. N. (1991). *Consumption values and market choices: Theory and applications*. South-western Publishing co.
- Sheth, J. N., Newman, B. I. ve Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of business research*, 22(2), 159-170.
- Solomon, M. R. (1994). *Consumer behavior. Needham heights*, Allyn and Bacon

- Su, X. (2009). A model of consumer inertia with applications to dynamic pricing. *Production and Operations Management*, 18(4), 365-380.
- Sweeney, J. C. ve Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S., (2014). Using multivariate statistics. (6. Edition). Pearson.
- Ticaret Bakanlığı. (2024). *Türkiye’de e-ticareti görünümi raporu, e-ticaret bilgi platformu*, Ankara, <https://ticaret.gov.tr/data/66506fa313b87685dc0dbce8/2023%20y%C4%B1%C4%B1%20Tu%CC%88rkiye'de%20E-Ticaretin%20Go%CC%88ru%CC%88nu%CC%88mu%CC%88%20Raporu.pdf> adresinden 21 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- Tohidi, A., Eckles, D., ve Jadbabaie, A. (2022). Habits in consumer purchases: Evidence from store closures. 1-52.
- Tse, D. K. ve Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 204-212.
- Tufahati, N., Barkah, C. S. A., Tresna, P. W. ve Chan, A. (2021). The impact of customer satisfaction on repurchase intention (surveys on customer of bloomythings). *Journal of Business & Applied Management*, 14(2), 177-186.
- TÜİK. (2024, 27 Ağustos). *Hanehalkı bilişim teknolojileri (BT) kullanım araştırması*, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492) adresinden 21 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.
- Veblen, T. (2017). *The theory of the leisure class*. Routledge.
- Wang, J., Xu, S., Zhang, S., Sun, C. ve Wu, L. (2023). Research on the impact of consumer experience satisfaction on green food repurchase intention. *Foods*, 12(24), 4510.
- Warner, W. L. ve Lunt, P. S. (1941). *The social life of a modern community*, Yale University Press.
- Watson, R. (2015). Quantitative research. *Nursing standard*, 29(31).
- White, L. ve Yanamandram, V. (2004). Why customers stay: reasons and consequences of inertia in financial services. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(2/3), 183-194.
- Wright, K. B. (2005). Researching Internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), JCMC1034.
- Wu, W., Huang, V., Chen, X., Davison, R. M. ve Hua, Z. (2018). Social value and online social shopping intention: the moderating role of experience. *Information Technology & People*, 31(3), 688-711.
- Xavier, P. ve Ypsilanti, D. (2008). Switching costs and consumer behaviour: 222 implications for telecommunications regulation. *info*, 10(4), 13-29.
- Yazıcı, M. (2016). Değerler ve toplumsal yapıda sosyal değerlerin yeri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 209-223.
- Yazıcı, M. (2019). Değerler eğitimine gönüllü katılan öğretmenlerin profili ve görüşleri. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(2), 995-1023.

- Yıldız, S. (2017). Sosyal bilimlerde örnekleme sorunu: Nicel ve nitel paradigmalardan örnekleme kuramına bütüncül bir bakış. *Kesit Akademi Dergisi*, (11), 421-442.
- Yum, K., ve Kim, J. (2024). The influence of perceived value, customer satisfaction, and trust on loyalty in entertainment platforms. *Applied Sciences*, 14(13), 5763.
- Zaborek, P., ve Kurzak Mabrouk, A. (2025). The role of social and environmental CSR in shaping purchase intentions: Experimental evidence from the cosmetics market. *Sustainability*, 17(5), 1792.
- Zhang, N., Liu, R., Zhang, X. Y. ve Pang, Z. L. (2021). The impact of consumer perceived value on repeat purchase intention based on online reviews: by the method of text mining. *Data Science and Management*, 3, 22-32.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

YEŞİL PAZARLAMAYA YÖNELİK REKLAMLARDA TÜKETİCİLERİN İLGİLENİM DÜZEYİ BAĞLAMINDA TUTUM DEĞİŞİKLİĞİNİN İNCELENMESİ*

EXAMINATION OF ATTITUDE CHANGE IN THE CONTEXT OF CONSUMER'S INVOLVEMENT LEVEL IN ADVERTISING FOR GREEN MARKETING

Arş. Gör. Dr. Eren DEMİRKIRAN¹

Prof. Dr. Seda MENGÜ²

ÖZ

Bu çalışma, çevreye duyarlılığı (ilgilenimi) düşük bireylerin, yeşil reklamlara yönelik tutumlarını ve satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri incelemektedir. Çalışmada, reklam çekiciliği ve ürün türünün bu etkideki rolü, deneysel bir tasarım kullanılarak araştırılmıştır. Çalışma, reklam mesajlarının ve çekiciliğinin hedef kitle, ürün, marka ve kullanılan medya gibi faktörlere göre değiştiğini, bu nedenle detaylı araştırma gerektirdiğini belirterek başlamaktadır. Deney tasarımında, kontrol edilen değişkenlerin manipülasyon olarak adlandırıldığını ve bu manipülasyonların etkinliklerinin ön testlerle belirlenerek revize edildiğini belirtmektedir. 2x2 Tam faktöriyel deney tasarımı kullanılmıştır, yani iki farklı değişkenin etkisi incelenmiştir. 263 katılımcı ile gerçekleştirilen deneyin verileri SPSS 25 programı ile analiz edilmiştir. İki yönlü gruplar arası kovaryans analizi (MANCOVA) kullanılarak elde edilen bulgular, satın alma niyetinin reklam çekiciliğine göre farklılaşmadığını, ancak duygusal reklam çekiciliğinin, yüksek ilgilenimli ürünlerde yeşil reklama yönelik tutum oluşturmada daha etkili olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Reklam, Yeşil Pazarlama, İkna, Tutum, Deney Tasarımı.

JEL Sınıflandırma Kodları: M31, M37, M39.

ABSTRACT

The study explores how green advertising influences the attitudes and purchase intentions of individuals who are not highly environmentally conscious. For this purpose, an experimental design is utilized to test the impact of different advertising appeals and product types. The study acknowledges the complexity of advertising, highlighting the need for thorough research to tailor messages and appeals to specific target audiences, products, brands, and media platforms. The experiment involves manipulating variables (called "manipulations") and tests their effectiveness through preliminary trials. A 2x2 full factorial design is employed, examining the combined effects of two variables. Data from 263 participants is analyzed using the SPSS 25 program. Two-way between group covariance analysis (MANCOVA) reveals that while purchase intention isn't directly influenced by advertising appeal, emotional appeals are more effective in fostering positive attitudes towards green advertising for products considered highly involving.

Keywords: Green Advertising, Green Marketing, Persuasion, Attitude, Experiment Design.

JEL Classification Codes: M31, M37, M39.

* Bu çalışma Seda MENGÜ danışmanlığında Eren DEMİRKIRAN tarafından hazırlanan ve 10.01.2024 tarihinde savunulan “Yeşil Pazarlamaya Yönelik Reklamlarda Tüketicilerin İlgilenim Düzeyi Bağlamında Tutum Değişikliğinin İncelenmesi” başlıklı doktora tezinden yararlanarak hazırlanmıştır. Çalışma için İstanbul Üniversitesi Etik Kurulundan 1591364-/2023-20 sayılı ve 30.01.2023 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Bahçeşehir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, eren.demirkiran@bau.edu.tr

²  İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, seda.mengu@istanbul.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

In the 20th century, technological advancements, rapid increases in prosperity and consumption, coupled with human-caused disasters, have led to environmental damage reaching alarming levels. Protecting the environment, preventing pollution of natural resources, minimizing environmental impact throughout the product lifecycle from production to consumption and beyond, and ensuring the sustainability of natural life have become crucial for individuals and societies. In response to these developments, various environmental organizations have emerged, advocating for more active measures to protect the environment by putting pressure on governments and corporations. In this context, businesses have begun to re-evaluate their interactions with the environment, aligning with the evolving societal demands and changes. The marketing mix, encompassing all aspects of product management, has shifted to incorporate environmental impact as its central focus, leading to the emergence of green marketing. Green marketing, while encompassing all elements of the traditional marketing mix, has also introduced new concepts like eco-labeling. Green advertising, as a component of the green marketing mix, has sparked debate among consumers and academics. It is a contentious subject, being viewed both as a beneficial activity for the environment and a deceptive practice known as greenwashing. Various studies have been conducted to define and identify greenwashing. Conversely, the approach that sees green advertising as a positive force for the environment has explored effective strategies and methods for implementation in academic research. It is logical to expect that individuals who identify as environmentally conscious and prioritize environmental protection would be more responsive to green advertising. Such individuals can already adjust their purchasing behavior based on environmental considerations even without green advertising. However, for individuals with lower environmental concerns, developing a positive attitude towards green advertising and choosing green products poses a greater challenge. Therefore, changing the attitudes of individuals with low environmental concern is a significant question for both the environment and companies producing green products.

Design/methodology/approach:

The study explores the effectiveness of emotional and informational appeals in green advertising on low-environmental concern consumers' attitudes towards green advertising and their purchase intentions for green products. The research tackles a critical gap in understanding how to influence consumers who are less concerned about environmental issues and their receptiveness to green products. The study leverages the Elaboration Likelihood Model (ELM), which proposes that persuasion occurs through two distinct routes: the central route, reliant on information processing and elaboration, and the peripheral route, relying on emotions, heuristics, and mental shortcuts. The core hypothesis is that emotional appeals, utilizing the peripheral route, are more effective than informational appeals in shaping attitudes towards green advertising for low-environmental concern consumers, particularly for high-involvement products. A 2x2 factorial design experiment is conducted with 263 participants, all university students aged 18-45, selected using a non-probability convenience sampling method. Participants are randomly assigned to four groups based on two manipulated variables: appeal type (emotional vs. informational) and product involvement (high vs. low). The experiment uses green advertisements for two product categories: toothpaste (low-involvement) and washing machines (high-involvement). The data is analyzed using a two-way MANCOVA, controlling for environmental concern as a covariate. While appeal type does not significantly influence purchase intention, emotional appeals are found to be significantly more effective than informational appeals in shaping attitudes towards green advertising, especially for high-involvement products.

Findings:

The findings suggest that targeting low-environmental concern consumers with emotional messages that resonate with their feelings and values about environmental issues can be a more effective strategy for promoting positive attitudes towards green advertising. High-involvement products, such as washing machines, require more extensive elaboration and consideration, making them particularly susceptible to emotional appeals. The study acknowledges limitations related to the sampling method and the time-bound nature of the experiment. Further research is needed to explore the effects of green advertising on various target audiences, incorporating factors like consumer demographics, information processing capacity, and socio-economic situations. The study's findings hold significant implications for businesses seeking to engage low-environmental concern consumers in green marketing efforts. By leveraging emotional appeals, particularly for high-involvement products, businesses can effectively cultivate positive attitudes towards green advertising and potentially increase purchase intentions. Furthermore, the study emphasizes the need for businesses to adopt a more strategic approach to green advertising, recognizing that emotional connections can play a crucial role in influencing consumers' environmental awareness and purchasing behavior.

Conclusion and Discussion:

The study provides valuable insights into the effectiveness of different green advertising strategies, highlighting the importance of considering emotional appeals, especially when targeting low-environmental concern consumers for high-involvement products. These findings contribute to a better understanding of consumer behavior and provide practical recommendations for businesses aiming to promote sustainability and environmental responsibility through green marketing initiatives.

1. GİRİŞ

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren belirginleşen teknolojik ilerlemeler, endüstriyel üretimdeki artış ve küresel nüfus yoğunluğu, sosyo-ekonomik refahı artırırken çevre üzerinde daha önce benzeri görülmemiş bir baskı yaratmıştır. Doğal kaynakların tükenmesi, çevre kirliliğinin kritik seviyelere ulaşması, biyoçeşitliliğin azalması ve Çernobil gibi insan kaynaklı endüstriyel felaketler, çevresel sorunların küresel ölçekte birincil gündem maddelerinden biri haline gelmesine yol açmıştır. Bu bağlamda, toplumlarda ve bireylerde yükselen çevre bilinci, işletmeleri geleneksel üretim ve pazarlama paradigmalarını sorgulamaya ve çevresel sorumlulukları stratejik bir öncelik olarak benimsemeye sevk etmiştir. Bu dönüşümün bir sonucu olarak, pazarlama literatüründe ve pratiğinde yeşil pazarlama kavramı ortaya çıkmıştır.

Amerikan Pazarlama Derneği (AMA) tarafından "çevre için güvenli kabul edilen ürünlerin geliştirilmesi ve tutundurulması" olarak tanımlanan yeşil pazarlama, işletme faaliyetlerinin çevresel etkilerini minimize etmeyi hedefleyen bütüncül bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, ürünün yaşam döngüsü olarak adlandırılan; tasarım, hammadde temini, üretim, ambalajlama, dağıtım, tüketim ve tüketim sonrası atık yönetimi gibi tüm süreçleri kapsamaktadır. İşletmeler için yeşil pazarlama uygulamaları, yalnızca yasal düzenlemelere uyum ve sosyal sorumluluk gerekliliklerini yerine getirme aracı değil, aynı zamanda maliyet optimizasyonu, verimlilik artışı ve en önemlisi, çevreye duyarlı tüketiciler için sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etme stratejisi olarak da önem kazanmıştır.

Yeşil pazarlama stratejilerinin başarısı, üretilen çevreci ürün ve hizmetlerin değer önerisinin hedef kitleye etkin bir biçimde iletilmesine bağlıdır. Bu noktada, yeşil reklamcılık kritik önemli bir role sahiptir. Yeşil reklamlar; ürünlerin çevresel performansını vurgulamak, kurumun çevresel duyarlılığını ve sürdürülebilirlik vizyonunu tanıtmak veya tüketicileri çevre dostu davranış kalıpları benimsemeye teşvik etmek gibi çeşitli iletişim amaçlarına hizmet eder. Ancak, bu iletişim çabalarının etkinliği, tüketici kitlesinin farklı yapısı ve özellikle çevre konularına yönelik ilgilenim düzeylerindeki farklılıklar nedeniyle karmaşıktır. Tüketicilerin bir kısmı çevre sorunlarına karşı yüksek bir duyarlılık ve bilişsel katılım (yüksek ilgilenim) sergilerken, önemli bir bölümü ise bu konulara karşı daha düşük bir ilgi düzeyine (düşük ilgilenim) sahiptir.

İkna edici iletişim literatürünün temel modellerinden biri olan Detaylandırma Olasılık Modeli (ELM), farklı ilgilenim düzeyindeki bireylere yönelik tutum değişikliği süreçlerini anlamak için geçerli bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. ELM, bireylerin ikna edici mesajları, mantıksal argümanların ve bilgilerinin derinlemesine işlendiği "merkezi yol" ile daha çok duygusal ipuçları ve zihinsel kısa yollara dayanan "çevresel yol" olmak üzere iki farklı rota üzerinden işlediğini öne sürmektedir. Özellikle çevresel ilgilenimi düşük tüketicilerde yeşil reklamlara yönelik olumlu bir tutum ve satın alma niyeti oluşturmada hangi ikna yolunun ve dolayısıyla hangi reklam çekiciliğinin (bilgisel veya duygusal) daha etkili olduğu sorusu, pazarlama iletişimi stratejileri açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışma, söz konusu kuramsal çerçeveyi temel alarak çevresel ilgilenim düzeyi düşük tüketicilerin yeşil reklamlara yönelik tutumları ve satın alma niyetleri üzerinde reklam çekiciliklerinin (bilgisel/duygusal) ve ürün türünün (düşük/yüksek ilgilenimli) etkileşimini deneysel bir yöntemle incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, elde edeceği bulgularla hem yeşil pazarlama literatürüne deneysel bir katkı sağlamayı hem de sürdürülebilirlik odaklı pazarlama iletişimi faaliyetleri yürüten uygulamacılara, hedef kitlelerine daha etkin ulaşmalarını sağlayacak stratejik içgörüler sunmayı hedeflemektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yeşil Pazarlama

Pazarlama işletmenin bir fonksiyonu olarak ürün ve hizmetlerin tüketicilere ulaştırılması ve tüketicilerde iletişim Pazarlama işletmenin bir fonksiyonu olarak ürün ve hizmetlerin tüketicilere ulaştırılması ve tüketicilerde iletişim kurmayı, takas değiştirmeyi amaçlayan süreçler, oluşumlar ve etkinliklerdir (AMA, 2023). Pazarlama zaman içerisinde değişen koşullara göre farklı alt disiplinler ortaya çıkmıştır. Bu disiplinlerden biri de yeşil pazarlamadır. Sosyal, siyasal, ekonomik ve teknolojik değişimler çevreyi etkilemektedir. Yeşil pazarlama özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren artan çevre kirliliği, doğal kaynakların azalması, kirlenmesi, bazı türlerin yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalması ve Çernobil gibi insan kaynaklı felaketlerin yarattığı çevresel sorunlara karşı ortaya çıkmıştır. Toplumlarda artan refah, üretim ve tüketim çevreyi olumsuz etkilemeye başlamıştır. Toplumsal grupların ve işletmelerin çevre ile ilgili endişeleri giderme, çevreyi koruma istekleri sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik kavramları ile birlikte yeşil pazarlamayı ortaya çıkarmıştır. Amerikan pazarlama derneği "çevre için güvenli kabul edilen ürünlerin geliştirilmesi ve tutundurulması" olarak yeşil pazarlamayı tanımlamaktadır

(AMA, 2023). Polonsky'e (1994) göre yeşil pazarlama doğal çevreye göz ardı edilebilir olumsuz etkileri ile, ihtiyaç ve arzularını yerine getirebilecek insan gerekliliklerini memnun etmek için sunulan etkileşimleri basitleştirmeyi ve yaratmayı amaçlayan tüm etkinlikler yeşil pazarlama olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer tanıma göre ise yeşil pazarlama ürünlerin tasarımının, üretiminin, ambalajlanmasının, etiketlenmesinin, kullanımının ve atık hale getirmenin çevresel etkileri ile ilgilenen, tüketimin hizmet sektörünü de kapsayan bir pazarlama yöntemidir (Lampe ve Gazda, 1995). Bu tanım ile yeşil pazarlamanın 4P yaklaşımının ötesinde ürünün tasarımı, kullanımı ve kullanım sonrasını da kapsayan bütüncül bir yaklaşımdır.

Yeşil pazarlama geleneksel pazarlama karmasının yanı sıra işletmeler 4S olarak tanımlanan şartları da sağlamalıdır (Peattie ve Charter, 2003, s. 741).

Tüketici ihtiyaçlarının karşılanması (Satisfaction)

Çevrenin, toplumun, çalışanların, ürünlerin, üretimin ve tüketicilerin güvende olması (Safety)

Şirketin ürün, üretim ve diğer çalışmalarının toplumda kabul edilmesi (Social acceptability)

Şirketin diğer eylemleri ile birlikte ürün ve üretimin sürdürülebilirliği (Sustainability))

İşletmelerin her konuda olduğu gibi yeşil pazarlama konusunda da konuya verdikleri önem ve yaptıkları eylemler farklılık göstermektedir. Çevrecilik ve yeşil pazarlamayı yok sayan işletmelerin yanı sıra aktivist bir yaklaşımla yeşil pazarlamayı uygulayan işletmeler de vardır. İşletmeler bu yaklaşımlarına göre farklı gruplara ayrılmaktadır (Gingsberg ve Bloom, 2004). İşletmeler bu açıdan dört farklı kategoriye ayrılırlar:

Zayıf (Lean) Yeşiller kurumsal olarak iyi bir işletme olmalarına rağmen yeşil pazarlama ve çevre ile ilgili çalışmalarını duyurmazlar. Yeşil pazarlama uygulamalarındaki asıl amaçları, maliyetleri düşürmek, verimliliği artırmak ve maliyet bazlı rekabet avantajı sağlamaktır. Uzun süreli önleyici amaçlar ve yasal zorunluluklara uyma temel yeşil pazarlama nedenleridir. Daha fazla beklenti olmaması için yeşil pazarlama uygulamalarını duyurmaktan kaçınırlar.

Savunmacı (Defensive) Yeşiller yeşil pazarlamayı olası bir kriz ya da rakiplerin hamlesine karşı önleyici bir önlem olarak görürler. Marka imajını korumak ve zararı azaltmak için yeşil pazar segmentini önemli ve karlı görerek davranırlar. Çevreci uygulamaları devamlı ve iyi niyetli olsa da bu çabaları duyurmaları geçicidir, çünkü kendilerini rakiplerden farklılaştıracak imkanlara sahip değillerdir.

Gölgeli (Shaded) yeşiller uzun vadeli, önemli miktarda maddi ve maddi olmayan katılım gerektiren çevre dostu süreçlere yatırım yaparlar. Bu işletmeler yeşil pazarlama ile kendilerini farklılaştırabilecek güce sahiptirler fakat farklı iddialar ile farklılaşmayı seçerler. Daha somut ve fayda temelli iddialar ile farklılaşmayı tercih ederler.

Aşırı (Extreme) Yeşiller, yeşil pazarlamayı bütüncül bir yaklaşımla ele alırlar. Çevresel konular, işletmeye ve ürün yaşam eğrisi süreçlerine dahil edilirler. Aşırı yeşiller genellikle pazarda bir nişi temsil ederler ve butiklerde veya özel yerlerde satılırlar. Yeşil pazarlama karmasının 4 ögesi yeşil ürün, yeşil fiyat, yeşil dağıtım ve yeşil tutundurma olarak kendi alt kavramlarına sahiptir.

Yeşil ürün yeşil pazarlama karmasının ilk ögesidir. Yeşil ürün, ürünün tüm yaşam döngüsünü kapsamalıdır. Yaşam döngüsü, tasarım, ham madde seçimi, üretim, depolama, dağıtım, kullanım ve kullanım sonrasını da içermelidir (Augustini vd., 2021). Tüm bu süreçlerde, çevreyi, insanları, hayvanları özellikle de soyu tehlikede olan hayvanları korumak yeşil ürünün en temel özelliği olmak zorundadır. Yeşil ürünler çevreye olan etkilerine göre farklı kategorilere ayrılır ve çevresel performansları bu ayrımın yapılmasında ana etkindir (Chamorro ve Bañegil, 2015, s. 13). Yeşil ürünlerin kullanım sırasında ve sonrasında tekrar değerlendirilmesi için 5R yaklaşımı geliştirilmiş ve ürünlerin tekrar kullanımı amaçlanmıştır (Peattie ve Charter, 2003, s. 747). Bir ürünün yeşil olduğunu belirlemek bir başka ifadeyle çevresel performansını belirtmek ve küresel standartlarına uygunluğunu göstermek amacıyla eko-etiketleme de kullanılmaktadır (Boström ve Klintman, 2008). Eko etiketler ürünler için ayırt edici olmakta ve tüketicilere yol göstermektedir (Çekiç Akyol ve Kılınç, 2015).

Fiyat, ürün ve hizmetin değişim değerini ve tüketicilerin katlanması gereken bedel olarak pazarlama karmasında yer almaktadır (Kotler ve Keller, 2009). Yeşil pazarlamada ise yeşil fiyat genellikle daha yüksek olabilir. Ürünün çevreci performansı daha fazla maliyet ve iş gücü gerektirebilir. Bu fazla maliyetin ürünlere yansıtılması bir

zorunluluk olduğu fiyatların yüksekliği doğal kabul edilebilir. Uzun vadede çevreye olan etki maliyetlerin karşılanmasına olanak tanıyacaktır (Kuduz ve Zerenler, 2013, s. 149).

Yeşil dağıtımda en az hareket, yakıt kullanımı, daha az hammadde gerektiren ambalajlamanın yapılması ile dağıtımın çevreci özelliği artırılabilir (Polonsky ve Rosenberger, 2001, s. 25). Kullanım sonrasında ürünlerin toplanıp sınıflandırılıp imha edilmesi ya da geri dönüştürülmesi tersine lojistik olarak adlandırılmaktadır ve yeşil dağıtımda önemli bir rol oynamaktadır.

Tutundurma yeşil pazarlamada ürün ve hizmetlerin çevreye zarar vermedikleri, az zarar verdiğine ya da işletmenin sahip olduğu çevresel kaygılara ve işletmenin çevreye yönelik yaptığı çalışmalara dair tüketicileri bilgilendirmeyi amaçlar (Çekiç Akyol ve Kılınç, 2015, s. 65). Yeşil pazarlamada pazarlama iletişim karması elemanları işletmenin çevreci performansı, çevreci kuruluşlara yapılan destekler, ürünün çevreci performansı ve çevreye sağladığı faydayı anlatan mesajları tüketicilere iletmek için kullanılır. Tüketicilerin arzuladığı değerler ve yeşil ürünlerin özelliklerinden bazıları şöyle sıralanabilir (Ottman vd., 2006):

- Verimlilik ve maliyet etkililiği: Ürünün çevresel performansı ile sağlanacak olan enerji tasarrufu ve bunun sağlayacağı maliyet düşüşünün pazarlama iletişiminde öne çıkarılması.
- Sağlık ve güvenlik: Ürünün üretim sürecinde çevreye zararlı bir madde kullanılmaması ve bu durumun sağladığı sağlıklı yaşamın öne çıkarılması.
- Performans: Yeşil ürünün, yeşil olmayan ürünle aynı ya da daha iyi performans göstermesinin öne çıkarılması.
- Sembolizm ve statü: Yeşil ürün kullanımı sembolleştirilmesi ve bir statü aracı olarak öne çıkarılması.
- Kolaylık: Yeşil ürünlerin uzun ömürleri ve artan performansları ile tüketiciye kolaylık sağlamasının öne çıkarılması.
- Paketleme: Ürünün özellikleri diğer tüketici arzuları ile tam eşleşmediğinde yeşil özelliğin, lüks, kalite gibi özellikler ile birlikte sunulması.

Tutundurmanın ve pazarlama iletişimin bir ögesi olan reklam yeşil pazarlamada özel bir alanı oluşturmaktadır. Yeşil reklamın tanımı ve kapsamı farklı şekilde yapılmaktadır. Banerjee, Gulas ve Iyer (1995) yeşil reklamı “açıkça ya da kapalı olarak ürün ile çevre arasındaki bağlantıyı gösteren reklam” olarak tanımlamaktadır. Yapılan bu tanımdan ayrı olarak çevre ile ilgili bir davranış değişikliği öneren kar amacı gütmeyen toplumsal fayda sunan veya kar amacı güden reklamlar da yeşil reklam olarak tanımlanmaktadır (Fowler ve Close, 2012). Bu tanımlardan yola çıkarak yeşil reklam, çevreci bir ürüne yönelik talep yaratma, çevre ile ilgili bir konuya ilgi çekme ve işletmenin çevresel performansını anlatabilir. Yeşil reklamda yer alan iddiaların doğruluğu ve kanıtlanabilir olması büyük önem arz etmektedir çünkü yeşil reklamın gerçekçi ve kanıtlanabilir olmayan iddiaları yeşil reklama yönelik tutumu olumsuz etkilemekte ve yeşil boyama uygulamalarına neden olmaktadır. Tüketicilerin yeşil boyama nedeniyle çevreci reklamlara ve çevreci ürünlere karşı olumsuz tutumu çevresel performansı yeterli olan ürün ve şirketler için güvensizlik yaratmakta ve dolaylı olarak çevreye zarar verilmektedir.

2.2. İkna ve Tutum

İletişimin temel işlevlerinden biri de iknadır. İkna farklı disiplinler ve yaklaşımlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. O'Keefe (2016) iknayı “İkna edilenin belirli ölçüde özgürlüğü bir durumda iletişim yolu ile bireyin düşünsel durumunu etkilemeyi amaçlayan başarılı, bilinçli bir çaba” olarak tanımlamaktadır. İkna ile ilgili diğer tanımlar ise “İkna alıcıların cevaplarını (Tutum ve Davranış) değiştirmeyi, geliştirmeyi ve şekillendirme amacına sahip iletişimsel davranış” (Bostrom, 1983) ve “sözel ve/veya görsel sembollerin kullanımı ile kimlik durumun kaynaklar ve alıcılar tarafından dramatik ortak yaratımı süreci” (Larson, 2013) olarak sıralanmaktadır. Bu tanımlardan yola çıkarak iknayı bireylerde bilişsel, duyuşsal ve davranışsal değişiklikler yaratmayı amaçlayan iletişim çabaları olarak tanımlayabiliriz. İkna tutum ve davranış değişikliği yaratmanın yanı sıra var olan tutum ve davranışları pekiştirmeyi ve şekillendirmeyi de amaçlayabilir (Frymier ve Nadler, 2013). O'Keefe'ye (2016) göre ikna başarı ile sonuçlanmış bir çabadır ve hedeflenen değişiklikler gerçekleşmemiş ise iknadan söz edilemez. Bir iletişim sürecinin ikna sayılabilmesi için bir niyet taşıması, bilinçli olarak gerçekleştirilmesi gerekir. İkna sürecinde ikna edilmeye çalışılan bireyin bireysel irade, seçme özgürlüğüne sahip olması ve gönüllü olarak eylemi gerçekleştirmesi bir zorunluluktur. Seçme şansı olmayan ya da tehdit altında olan bir bireyin yaşadığı davranış değişikliği ikna değildir. İknanın iletişim aracılığı ile gerçekleşmesi gerekir fiziksel etki ile yapılan davranış ve

tutum değişikliği ikna değildir. İknanın en son belki de en belirgin özelliği bireyde zihinsel bir değişiklik yaratmasıdır. Davranış değişikliğinin gerçekleşmesi için zihinsel değişim bir gerekliliktir.

İkna tanımlanması ve gerçekleşmesi için gerekli olan bir diğer kavram da tutumdur. Tutum iknanın değiştirmeyi amaçladığı eğilimdir. Disiplinlerinden ele alınan bir kavram olarak farklı tanım ve değerlendirmelere sahiptir. Yaklaşım ve kapsamlara göre tutum farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Tutum ile ilgili tanımların bazıları, “tutum bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili, düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilimdir” (Yüksel, 2012), “tutum, hem inançlardan, duygulardan ve açık davranıştan anlaşılabilen ve bunlar üzerinde etkisi olan değerlendirme eğilimleridir” (Albarracin vd., 2005), “tutum, belirli varlığa bir ölçüde destekleme ya da desteklememe ile değerlendirilerek açıklanan bir psikolojik yatkınlıktır” (Eagly ve Chaiken, 1993) olarak sıralanabilir. Bu tanımlardan yola çıkarak tutumu bir nesneye, gruba, insana yönelik tutarlı bilişsel, duyuşsal ve davranışsal eğilimler olarak tanımlayabiliriz. Tutum bir bireye, olguya, davranışa ve düşünceye karşı olabilir. Tutumlar bireylerin davranışlarını belirlemede ve tahmin etmede yol gösterici konumdadır. Bireylerin benzer konulardaki tutumlarının ve tutum ile davranışlarının tutarlı olması beklenir.

Tutum değişikliği psikoloji, siyasal iletişim, reklam ve halkla ilişkiler gibi farklı disiplinlerin çalışma konusudur. Tutum değişikliğini açıklayan farklı modeller literatürde yer almaktadır. Tutum modelleri aynı zaman da reklam etki modelleri olarak da kullanılmaktadır. Bu çalışmada İlgiyenim ve detaylandırma olasılık modeli kullanılmıştır.

İlgiyenim ya da ilginlik eş anlamda kullanılmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2003; Uztuğ, 2003). İlginliği bireyin bir nesne, olay ya da durum, satın alma davranışı, tercih karşısında bireyin kişisel durumu, benliği, düşünce ve duygularına göre şekillenen ilgi düzeyi, kişisel önem olarak tanımlanabilir. İlginlik nesnelere, olaylara, markalara, reklamlara göre şekillenebilir ve ölçülünerek düşük ya da yüksek olarak sınıflandırılabilir. İlginlik bireyin karar verme yolunu, bireyin tutumunu değiştirmeyi amaçlayan ikna edici iletişimin özelliklerini belirler.

Detaylandırma olasılık modeli çift süreç modellerinden biridir ve literatürde ELM (Elaboration Likelihood Model) veya ince eleme sık dokuma modeli olarak da adlandırılmaktadır (Suher, 2017, s. 23). Detaylandırma olasılık modeli iknanın tek kanaldan ve sıralı bir şekilde oluştuğunu kabul eden hiyerarşik modellerin aksine iknanın iki farklı yoldan gerçekleşebileceğini kabul eder. Bu iki yol merkezi (Central) ve çevresel (peripheral) yol olarak adlandırılır. Merkezi yol bilginin işlenmesi ve detaylandırılması ile çevresel yol ise duygu, sezgi ve zihinsel kısa yollar aracılığı ile iknayı gerçekleştirir (Butterfield ve Welbourne, 2002).

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı yeşil reklamlara yönelik tüketicilerin ilgilenim düzeyine bağlı olarak tutum değişikliklerinin incelenmesidir. Bu doğrultuda çevre konusunda düşük ilgilenimli bireylerin yeşil reklama yönelik tutumlarını ve satın alma niyetlerini olumlu yönde değiştirmek çalışmanın ana hedefini oluşturmaktadır.

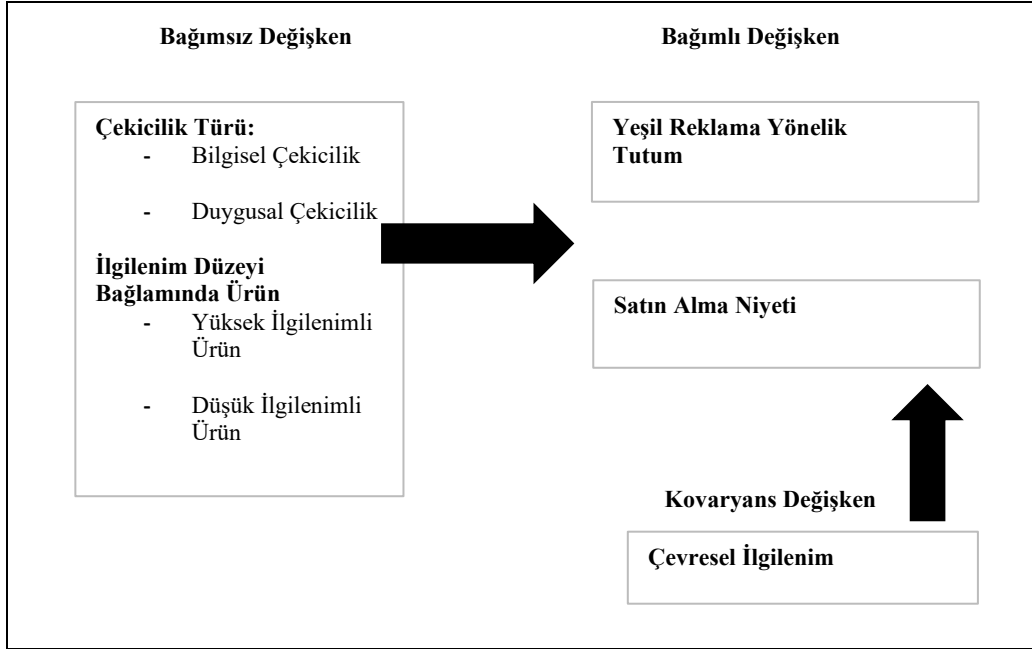
Yeşil reklamlarda ise, çevre kirliliği, su tasarrufu, yok olan türler gibi yeşil reklamın öğeleri bilgisel ya da duygusal çekicilikler ile sunulmaktadır. Bu bilgilerden yola çıkarak tasarlanan deneyde yer alan reklamların tüketicilerin tutumlarını değiştirmek ve farkındalık oluşturmak için bilgisel ve duygusal olmak üzere iki reklam mesajı stratejisi kullanılmıştır. Dış macunu ve beyaz eşya ürün türleri ile ilgili yapılan bilgisel ve duygusal çekicilik içeren reklamların, düşük ilgilenimli tüketicilerde yeşil reklama yönelik tutum değişikliği ve satın alma niyeti üzerindeki etkisinin incelenmesi bu çalışmanın ana problemini oluşturmaktadır.

Çalışmanın önemi, ilgilenim düzeyine bağlı olarak yeşil reklamlara yönelik tüketicilerin tutum değişikliklerinin ve satın alma niyetlerinin incelenmesi konusunda reklam ve akademi alanına katkıda bulunmasıdır.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı yeşil reklamlara yönelik tüketicilerin ilgilenim düzeyine bağlı olarak tutum değişikliklerinin incelenmesidir. Bu doğrultuda ürün ve reklamda kullanılan çekicilik türlerinin yeşil reklamlara yönelik tutum ve yeşil ürün satın alma niyeti etkisi üzerindeki etkisi incelemek için aşağıdaki araştırma modelleri ve bu araştırma modellerinden yola çıkarak oluşturulan hipotezler belirtilmiştir:

Tablo 1. Araştırma Modeli



H1: Çevresel ilgilenim sabit tutulduğunda farklı reklam çekicilik (Bilgisel / Duygusal) türlerine göre oluşturulmuş reklamlara göre satın alma niyetleri anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H2: Çevresel ilgilenim sabit tutulduğunda farklı reklam çekicilik (Bilgisel / Duygusal) türlerine göre oluşturulmuş reklamlara göre yeşil reklamlara yönelik tüketicilerin tutum düzeyleri anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H3: Çevresel ilgilenim sabit tutulduğunda ürün türlerine (Beyaz eşya ve Diş Macunu) göre oluşturulmuş reklamlara göre tüketicilerin satın alma niyetleri düzeyleri anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H4: Çevresel ilgilenim sabit tutulduğunda ürün türlerine (Beyaz eşya ve Diş Macunu) göre oluşturulmuş reklamlara göre yeşil reklamlara yönelik tüketicilerin tutum düzeyleri anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H5: Çevresel ilgilenim sabit tutulduğunda farklı reklam çekicilik (Bilgisel / Duygusal) ve ürün türlerinin (Beyaz eşya ve Diş Macunu) etkileşimine göre oluşturulmuş reklamlara göre satın alma niyetleri düzeyleri anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

H6: Çevresel ilgilenim sabit tutulduğunda farklı reklam çekicilik (Bilgisel / Duygusal) ve ürün türlerinin (Beyaz eşya ve Diş Macunu) etkileşimine göre oluşturulmuş reklamlara göre yeşil reklamlara yönelik tüketicilerin tutum düzeyleri anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmanın sınırlılıklarından ilki deneyin örnekleminden meydana gelmektedir. Evrenden örneklem seçme tekniklerinden tesadüfi olmayan kolayda olmayan örnekleme kullanıldığından dolayı çalışmada evreni temsiliyet sınırlılığı bulunmaktadır (İslamoğlu ve Alınacak, 2016, s. 201).

Çalışmanın ikinci bir sınırlılığı da zaman kısıtıdır. Çalışmanın örneklemini olan 18-45 yaş arası Bahçeşehir Üniversitesinde öğrenim gören lisans ve lisansüstü öğrencilerden oluştuğundan dolayı deney sadece bu grup üzerinde yürütülmüştür.

Araştırmanın 2023 yılında Covid-19 pandemisinin ve pandemi sonrasında küresel düzeyde etkisini gösteren ekonomik sorunların olduğu bir dönem de olması araştırmanın bir diğer kısıtıdır. Pandemi döneminde ve online alışverişin artması, bireylerin kendilerini güvensiz, yalnız hissetmesi tüketici davranışlarını ve satın alma niyetlerini etkileyebileceği için satın alma niyetini belirleme araştırma kısıtlı etkiye sahiptir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan deney yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma, sayısal olarak ifade edilebilen verilerin ve değişkenler arasındaki ilişki, fark ve etkileri inceleyen istatistiksel yöntemdir (Babbie, 2011, s. 401). Deney tasarımı çalışmada farklı değişkenler arasındaki farkı tanımlamak için kullanılmıştır. Değişkenlerin tam kontrol altında tutulması ve amaçlanan değişkenlerin farklılıklarını keşfetmek adına araştırmada deney yöntemi kullanılmıştır. Deney yöntemi bağımlı değişkeni etkileyebilecek ama araştırmada incelenmeyen bağımsız değişkenleri kontrol altında tutmak ve deneydeki bağımsız değişkenin etkisini ölçmeye olanak tanımaktadır (Büyüköztürk, 2022, s. 3). Bağımsız değişkenleri kontrol altında tutmak için yapılan değişiklikler manipülasyon olarak adlandırılmaktadır (Montgomery, 2017).

Araştırmada reklam çekicilik türlerinden bilgilisel ve duygusal mesaj stratejilerinin çevresel ilgilenimi düşük tüketicilerin yeşil ürün satın alma niyeti ve yeşil reklama yönelik tutuma göre farklılaşmasını incelemek için çekicilik türleri manipülasyon olarak kullanılmıştır. Deney öncesinde katılımcıların çevresel ilgilenimlerini kontrol altında tutmak amacıyla çevrecilik ölçeği kullanılarak katılımcıların çevreciliği, farklı bir ifade ile yeşil tüketici olup olmama durumları belirlenmiştir. Analiz sonrasında çevresel ilgilenim kontrol değişkeni olarak deneyde kullanılmıştır. Manipülasyonların düşük ve yüksek ilgilenimli ürünlere göre farklılaşmasını keşfetmek amacıyla deneyde iki farklı ürün kategorisi seçilmiştir. İki farklı ürün kategorisi ve bağımsız değişken olarak belirlenen iki farklı, bilgilisel-duygusal, çekicilik türü için dört farklı görsel manipülasyon tasarlanmıştır. Manipülasyonlar açık hava reklam görselleri olarak tasarlanıp katılımcıların reklamı değerlendirecekleri durum ve konum deneyde belirtilmiştir

Ürün kategorisi ve çekicilik türünün yeşil reklama yönelik tutuma etkisi ve satın alma niyetine göre farklılaşmasını belirlemek için deney tasarlanmıştır. Reklam çekiciliği türü ve ürün kategorisine göre 4 deney grubu oluşturulmuş ve katılımcılar deney gruplarına rastgele atanmışlardır. Deney İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu başkanlığının 23.01.2023 tarihli 1591364 numaralı kararı ile etik kurallara uygun bulunmuştur. Deney uygulanmadan önce katılımcılara bilgi etik kurul kararı hakkında bilgi verilmiştir.

Deneyde 4 deney grubuna reklam görselleri ve reklamı değerlendirecekleri durum belirtilerek yeşil reklama yönelik tutum ölçeği soruları sorulmuştur. Yeşil reklama yönelik tutumun çekicilik türü ve ilgilenime göre ürün türüne göre farklılaşması analiz edilmiştir. Deneyde satın alma niyeti de satın alma niyeti ölçeği ile ölçülerek bağımsız değişkenlere göre değişimi analiz edilmiştir.

Bu araştırmada iki yönlü gruplar arası kovaryans analizi kullanılmıştır (2 Yönlü Gruplar arası MANCOVA). Bu analiz iki bağımsız değişkenin olduğu, grupların farklı elemanlardan oluştuğunu, kontrol değişkeni ile bir değişkenin kontrol altında tutulduğu ve bu grupların iki bağımlı değişken üzerindeki farklılaşmasını incelemek için kullanılır (Pallant, 2016).

İki yönlü gruplar arası MANCOVA (Pallant, 2016);

- Her bağımsız değişkenin iki ya da daha fazla bağımlı değişken üzerindeki etkisini test etmek
- Diğer bağımsız değişkenin etkisini kaldırmak / kontrol altında tutmak
- Etkileşim etkisini tanımlamak için kullanılır.

Bu çalışmada çekicilik türü ve ilgilenime göre ürün türü bağımsız değişkenler, yeşil reklama yönelik tutum ve satın alma niyeti bağımlı değişkenler olarak yer almaktadır. İki bağımlı değişken farklı deneylerle test edildiği için araştırmada iki yönlü gruplar arası MANCOVA analizi kullanılmıştır.

3.5. Evren ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın evrenini 18-45 yaş arasında öğrenim gören lisans ve lisansüstü öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise 18-45 yaş arası olup Bahçeşehir Üniversitesinde öğrenim gören lisans ve lisansüstü öğrenciler oluşturmaktadır. 18-45 yaş arasındaki bireylerin farklı reklam mecralarına erişimleri olmaları, satın alma kararlarında yetkin olmaları ve reklamlara yönelik tutumlarının önemi nedeniyle araştırmada evren olarak seçilmiştir.

Araştırma var olan zaman ve bütçe kısıtlarından dolayı evreni temsil eden örneklem seçiminde tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme kullanılmıştır (Wrench vd., 2019, s. 379).

Araştırma var olan zaman ve bütçe kısıtlarından dolayı evreni temsil eden örneklem seçiminde tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme kullanılmıştır (Wrench vd., 2019, s. 379). Araştırmanın toplam 263 katılımcı ile yürütülmüştür. Araştırmanın çevresel ilgilenimi düşük tüketicilerin yeşil ürün satın alma ve yeşil reklama yönelik tutumlarının ürün türü ve çekicilik türüne göre farklılaşmasını açıklamayı amaçlaması nedeniyle katılımcıların çevresel ilgilenimlerini belirlemek ve çevresel ilgilenimi kontrol altında tutmak için Roberts (1996) tarafından geliştirilen ekolojik zihniyetli tüketici davranışı ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmanın bağımsız değişkenleri olan çekicilik türü (Bilgisel- Duygusal) ve ilgilenime göre ürün türü (Düşük ilgilenimli-Yüksek İlgiilenimli) 4 görsel manipülasyon hazırlanmış ve 4 farklı anket formu oluşturulmuştur. Anket formu manipülasyonları baz alarak gruplandırılarak uygulanmıştır. Deney toplam 263 tekrar (Replikasyon) ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Deney Grupları

		Çekicilik türü	
		Bilgisel	Duygusal
İlgilenime Göre Ürün Türü	Düşük İlgiilenim	Grup 1 (80 Katılımcı)	Grup 2 (61 Katılımcı)
	Yüksek İlgiilenim	Grup 3 (63 Katılımcı)	Grup 4 (59 Katılımcı)

3.6. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket methodu uygulanmıştır. Yapılan anketlerde, öncelikle katılımcıların çevresel ilgilenimleri ölçülmüş, deneyin manipülasyonunu oluşturan görseller ve görselin inceleneceği senaryo anket formunda belirtildikten sonra bağımlı değişkenleri ölçen yeşil reklama yönelik tutum ve satın alma niyeti ölçekleri sorulmuştur. Anket sorularının anlaşılabilirliğini kontrol etmek ve faktör analizini gerçekleştirmek için 128 katılımcı ile ön test yapılmıştır.

Araştırmanın kovaryans değişkenini oluşturan çevresel ilgilenimini belirlemek için Straughan ve Roberts (1999) çevresel zihniyetli tüketici ölçeği Türkçeye çevrilerek çevirinin doğruluğu ve uygunluğu için yeminli tercümandan yardım alınmıştır. Ölçek faktör analizinde belirlenen faktörlere göre anket formuna yerleştirilmiştir. 46 maddeden oluşan ölçek yapılan faktör analizi sonrasında 3 faktöre sahip 35 ifadeye indirilmiştir. Kovaryans değişkeni olan ölçek görsel manipülasyonlardan önce anket formunda yer alarak sıralanmıştır.

Deneyin temel amacına uygun bir şekilde manipülasyonları gerçekleştirmek amacıyla manipülasyonlar tasarımının önemine uygun olarak tasarlanmıştır İlgiilenime göre ürün türüne uygun olarak düşük ilgilenimli ürün dış macunu ve yüksek ilgilenimli ürün çamaşır makinesi seçilmiştir. İki ürün, üretim, dağıtım, tüketim ve sonrası süreçlerde çevreye etkileri olduğu için seçilmiştir. Hazırlanan manipülasyonlar / reklam görselleri ön teste tabi tutularak deney gruplarında yer alan katılımcılara benzer bir gruptan 5 kişi, uzmanlık alanı reklam olan 3 akademisyen ve 3 reklam profesyoneline gösterilerek manipülasyonların amaca uygunluğu hakkında görüşülmüştür yapılan yorumlara göre görseller revize edilmiştir.

Reklam görselleri, Televizyon reklamlarında kontrol altına alınması gereken ve tanımlanması çok değişkenden oluşması, radyo reklamlarında görsele yer verilememesi, geleneksel basılı medyanın, dijitalleşme ile popülerliğini yitirmesi ve dijital reklamların çok farklı formatlarda olması ve veriye dayalı gösterim gerçekleştirdiği için açık hava görselleri olarak tasarlanmıştır. Açık hava reklam formatların yüksek çözünürlüklü olabilmesi, hareketli ve hareketsiz görüntülere izin vermesi, farklı boyutlara olanak tanınması ve diğer mecralara göre tasarımda kontrol altında tutulacak değişkenleri daha kolay olması nedeniyle tercih edilmiştir. Açık hava reklamlarının konum bazlı olarak hedef kitlelere göre uyarlanması tercih edilmesindeki bir diğer sebeptir (Aslan, 2016).

Anket formunda manipülasyon olarak kullanılan görsellerden önce katılımcıların görselleri değerlendirecekleri senaryo aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 3. Deney Senaryosu

Kabataş'tan Beşiktaş'a doğru yürüdüğünüzü düşünün. Yol kenarında bulunan reklam panolarında aşağıdaki reklamı gördünüz. Reklamdaki ürün ilgilenebileceğiniz bir ürün. Panodaki reklam dikkatiniz çekti ve incelemeye başladınız. Reklamdaki slogani ve görseli mesaj açısından düşününüz.

Reklamların değerlendirileceği senaryodan sonra reklam görselleri yer almaktadır. Katılımcıların bulundukları deney grubu dışındaki reklamları görmelerini önlemek ve olası yanlış etkilerin ortaya çıkmaması için 4 farklı anket formu oluşturulmuştur ve deney gruplarına dağıtılmıştır.

4 deney grubunda belirlenen görseller gösterilerek Haytko ve Matulich (2008) tarafından geliştirilen yeşil reklama yönelik tutum ölçeği ve Putrevu ve Lord (1994) tarafından tasarlanan satın alma niyeti ölçeği anket formunda katılımcılara sunulmuştur. Yeşil reklama yönelik tutum ölçeği, ölçeği Türkçeye çeviren ve geçerlik güvenirliğini kontrol eden çalışmadan 3 faktörde 14 ifade olarak alınmıştır (Ulus ve Köksal, 2012). Satın alma niyeti ölçeği ise faktör analizine tabi tutularak orijinal ölçekte olduğu gibi 1 boyutlu 3 ifade anket formunda yer almıştır.

Hipotezler için 2X2, 2 (Çekicilik türü: Bilgisel ya da duygusal çekicilik) X 2 (Ürün Türü: Yüksek ilgilenimli ya da düşük ilgilenimli) gruplararası tam faktöriyel deney tasarımı kullanılmıştır.

Hipotezleri test etmek deneydeki çekicilik türü ve ilgilenime göre ürün türü değişkenler manipüle edilmiştir. İki bağımsız değişken de iki boyuta sahiptir.

Tablo 4. 2X2 Tam Faktöriyel Deney Şeması

		Çekicilik türü	
		Bilgisel	Duygusal
İlgilenime Göre Ürün Türü	Düşük İlgilenim	Grup 1 (80 Katılımcı)	Grup 2 (61 Katılımcı)
	Yüksek İlgilenim	Grup 3 (63 Katılımcı)	Grup 4 (59 Katılımcı)

Tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi ile Bahçeşehir Üniversitesindeki 18-45 yaş arasında 263 öğrenciye anket ulaştırılmıştır. Manipülasyonların ve ölçek sorularının bulunduğu anket formu 4 farklı Google Form sayfasına yüklenerek her anket için soru formları oluşturulmuştur. Elde edilen veriler SPSS 25 programına yüklenerek analiz edilmiştir.

3.7. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirlik Testleri

Deneye başlamadan önce deneyde kullanılacak ölçeklerin geçerlik ve güvenirlik testleri yapılmıştır. Araştırmanın örnekleminin çevresel ilgilenimi düşük bireylerden oluşması zorunluluğu çevresel ilgilenimi düşük bireyleri, farklı bir ifadeyle yeşim olmayan tüketicileri belirlemeyi ve bir segment tanımlamayı zorunlu kılmıştır. Literatürde çevresel ilgilenimi düşük tüketicileri belirlemek için yapılan ilk çalışma Roberts (1996) tarafından Johnson and Son için tüketici araştırmaları yapan Roper Organization'un hazırladığı çevresel zihniyetli tüketici davranışı (ECCB) ölçeği ile yapılmıştır. Algılanan çevreye verilen zararı önleme gücü olarak da tanımlanan algılanan tüketici etkililiği bireylerin çevresel ilgilenimi tanımlayan bir diğer değişkendir (Antil, 1978; Kinnear vd., 1974). Çevresel ilgilenimi tanımlayan diğer bir değişkenin ise çevresel kaygı (Antil, 1984; Lepisto, 1974) olduğu ve çevresel zihniyetli tüketici davranışı ile ilişkili olduğu belirlenmiştir (Roberts, 1996).

Straughan ve Roberts (1999) çevresel zihniyetli tüketici ölçeği, algılanan tüketici etkililiği ve çevresel kaygı ölçeklerini çevresel segmentleri tanımlamak için kullanmışlardır. Çalışmada psikografik tutumlar, demografi ve siyasal yönelim (Liberalizm- Muhafazakarlık) göz önüne bulundurularak segmentler tanımlanmıştır

Bu çalışmada, Straughan ve Roberts (1999) tarafından kullanılan araştırma ölçeği kullanılmıştır. Siyasal yönelimi belirleyen ifadeler, Amerikan siyasal sistemine göre düzenlenmesi ve bu çalışmada etkisi araştırılan bir değişken olmadıkları için kullanılmamıştır. Bu ölçek geniş kapsamlı ve yeşil tüketici ölçeği geliştirme ve birleştirme çalışmalarında da kullanılmıştır (Haws vd., 2013).

Araştırmada kullanılan ölçek “Çevreci tüketim”, “çevresel kaygı”, ve “algılanan tüketici etkililiği olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerde 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Bu doğrultuda 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum 3= Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum olarak araştırmada kullanılmıştır. Deneylere başlamadan önce ölçeğin geçerlik ve güvenirlik analizleri için 128 kişi ile yüz yüze anket yöntemi ile veri toplanmış ve açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Toplanan verinin faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. Kaiser-Mayer-Okin değeri 0,834'tür. Kaiser-Mayer-Okin değeri gerekli 0,60 değerinden yüksektir. Barlet testi anlamlıdır ($X^2=3759$, $Sd=78,51$, $p<0,05$) (Tabachnick & Fidell, 2020). Analiz sonucunda özdeğeri 1'den büyük 3 faktör belirlenmiştir. Bu faktörler, çevreci tüketim, çevresel kaygı ve algılanan tüketici etkililiği olarak belirlenmiştir. Üç faktör sırasıyla %30,718, %14,041 ve

%7,386 olmak üzere toplam varyansın %52,142'sini açıklamaktadır. Analiz sonucunda elde edilen faktörler orijinal ölçekteki faktörler ile örtüşmektedir. Ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek için incelenen Cronbach Alpha değerleri sırasıyla 0,944, 0,834 ve 0,866'dır.

Araştırmanın bağımlı değişkenlerinden Putrevu ve Lord (1994) tarafından tasarlanan satın alma niyeti ölçeği farklı faktör analizine tabii tutulmuştur. Satın alma niyeti ölçeği de aynı yöntemle veri toplanmış ve analiz edilmiştir. Ölçekte 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Verinin faktör analizine uygunluğu için gerekli testler yapılmıştır. Kaiser-Mayer-Okin değeri 0,740'tır. Kaiser-Mayer-Okin değeri gerekli 0,60 değerinden yüksektir. Barlett testi anlamlıdır. ($X^2 = 195,08$, $Sd=0,939$, $p<0,05$) (Tabachnick ve Fidell, 2020) Analiz sonucunda özdeğer 1'den büyük 1 faktör ortaya çıkmıştır. Tek faktör toplam varyansın %80,68'ini açıklamaktadır. Faktörün güvenilirliğini belirlemek için ölçülen Cronbach's Alpha değeri 0,875'tir. Ölçeğin sonucu 0,7 üzerinde oldukları için kabul edilebilir düzeydedir (Field, 2009).

Araştırmanın diğer bağımsız değişkeni olan yeşil reklama yönelik tutum ölçeği Haytko ve Matulich (2008) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek farklı çalışmalarda (Ulus & Köksal, 2012) Türkçeye çevrildiği ve faktör analizine tabii tutulmamıştır. Söz konusu çalışmada yeşil reklama yönelik tutum, Reklama ve Reklam Veren Firmaya Güven, Reklama Yönelik Genel Tutum, Reklam Algısı olarak 3 faktörde toplanmaktadır. Faktör analizinde KMO değeri 0,855 ve Barlett's küresellik testi anlamlıdır. Ölçek toplam varyansın %57,134'ünü açıklamaktadır. Faktörler sırasıyla 0,806, 0,770 ve 0,756 Cronbach Alpha değerlerine sahip olarak güvenilir olarak kabul edilmektedir (Field, 2009).

3.8. Deney Bulguları

Deneyde 2X2 tam faktöriyel deney tasarımı kullanılmıştır; bağımsız değişkenler olan reklam çekicilikleri (Duyusal - Bilgisel Reklam Çekiciliği), ve ilgilenenime göre ürün türü (Yüksek- düşük ilgilenimli ürün türü) değişkenlerinin manipüle edildiği bu deney başlamadan önce katılımcılardan katılım onay formu alınmıştır.

Deneyin kovaryant değişkenini oluşturan çevresel zihniyetli tüketim ölçeği sorular ilk olarak anket formunda sorulmuştur. Sonrasında ise katılımcılar atandıkları deney gruplarına uygun olarak farklı reklam görselleri gösterilmiş. Reklamı değerlendirecekleri durum ve senaryo açıklanmıştır. Bağımlı değişkenler olan yeşil reklama yönelik tutum ve satın alma niyeti ölçek soruları anket formunda sorulmuştur.

Deneyde elde edilen verilerin iki yönlü MANCOVA için gerekli varsayım kontrolleri yapılmıştır. Bu varsayımlar, normal dağılım, varyans homojenliği, doğrusallık ve regresyon eğimlerinin homojenliği ve son olarak kovaryant değişkeninin güvenilirlik kontrolleri yapılmıştır.

Deneyde elde edilen verilerin iki yönlü MANCOVA için gerekli varsayım kontrolleri yapılmıştır. Bu varsayımlar, normal dağılım, varyans homojenliği, doğrusallık ve regresyon eğimlerinin homojenliği ve son olarak kovaryant değişkeninin güvenilirlik kontrolleri yapılmıştır.

Tablo 5. Çevresel İlgilenime Göre Düzeltilmiş Satın Alma Niyeti ve Yeşil Reklama Yönelik Tutum Düzeylerinin Deney Gruplarına Göre MANCOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık Düzeyi (p)	η^2
Çevresel İlgilenim	Satın Alma Niyeti	41,132	1	41,132	50,332	0,000	0,163
	Y. Reklama Y. Tutum	30,425	1	30,425	61,242	0,000	0,192
Reklam Çekicilik Türü	Satın Alma Niyeti	0,007	1	0,007	0,009	0,924	0,000
	Y. Reklama Y. Tutum	0,104	1	0,104	0,209	0,648	0,001
Ürün Türü	Satın Alma Niyeti	2,256	1	2,256	2,761	0,098	0,011
	Y. Reklama Y. Tutum	2,356	1	2,356	4,743	0,030	0,018
Reklam Çekicilik Türü* Ürün Tür	Satın Alma Niyeti	0,072	1	0,072	0,088	0,767	0,000
	Y. Reklama Y. Tutum	0,956	1	0,956	1,924	0,167	0,007
Hata	Satın Alma Niyeti	210,841	258	0,817			
	Y. Reklama Y. Tutum	128,174	258	0,497			

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık Düzeyi (p)	η^2
Toplam	Satın Alma Niyeti	2650,111	263			
	Y. Reklama Y. Tutum	2383,754	263			
Düzeltilmiş Toplam	Satın Alma Niyeti	255,028	262			
	Y. Reklama Y. Tutum	161,536	262			

a. R Squared = ,173 (Adjusted R Squared = ,160)

b. R Squared = ,207 (Adjusted R Squared = ,194)

Tablo 5'teki MANCOVA sonuçlarına göre, çevresel ilgilenime göre düzeltilmiş reklam çekicilik türünün satın alma niyeti üzerinde $F(1,258)=0,924$, $p>0,050$ değerleri ile anlamlı bir etkisi yoktur. H1 hipotezi reddedilmiştir. Aynı tabloya göre, çevresel ilgilenime göre düzeltilmiş reklam çekicilik türünün yeşil reklama yönelik tutum üzerinde $F(1,258)=0,209$ $p=0,648>0,050$ değerleri ile anlamlı bir etkisi yoktur. H2 hipotezi reddedilmiştir.

Çevresel ilgilenime göre düzeltilmiş ürün türünün satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu $F(1,258)=2,761$, $p=0,098>0,05$ değerleri ile olmadığı ortaya konmuştur. H3 hipotezi reddedilmiştir. Çevresel ilgilenime göre düzeltilmiş ürün türünün, yeşil reklama yönelik tutum üzerindeki anlamlı bir etkisinin $F(1,258)=4,763$, $p=0,030<0,050$ değeri ile olduğu belirlenmiştir. H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Çevresel ilgilenime göre düzeltilmiş reklam çekicilik türü ve ürün türünün etkileşiminin satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin $F(1,258)=0,088$, $p=0,767<0,050$ değerleri ile olmadığı bulunmuştur. H5 hipotezi reddedilmiştir. Çevresel ilgilenime göre düzeltilmiş reklam çekicilik türü ve ürün türünün etkileşiminin yeşil reklama yönelik tutum üzerinde anlamlı bir etkisinin $F(1,258)=1,924$, $p=0,167<0,05$ değerleri ile olmadığı belirlenmiştir. H6 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 6. Reklam Çekicilik Türü Bağımsız Değişkeninin Araştırmanın Bağımlı Değişkenler Üzerindeki Ana Etkisi Sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Reklam Çekicilik Türü	Ortalama	Std. Hata	Anlamlılık Düzeyi
Satın Alma Niyeti	Bilgisel	3,021 ^a	0,076	0,924
	Duygusal	3,031 ^a	0,083	0,924
Yeşil Reklama Yönelik Tutum	Bilgisel	2,929 ^a	0,060	0,648
	Duygusal	2,888 ^a	0,065	0,648

a. Covariates appearing in the model are evaluated at the following values: Çevresel İlgiilenim = 3,3834.

Reklam çekicilik türlerinin, bağımlı değişkenler, satın alma niyeti ve yeşil reklama yönelik tutum üzerindeki etkisi sırasıyla $p=0,924>0,05$ ve $p=0,648>0,05$ değerleri nedeniyle anlamlı etkilere sahip değildirler.

Tablo 7. Ürün Türü Bağımsız Değişkeninin Araştırmanın Bağımlı Değişkenler Üzerindeki Ana Etkisi Sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Ürün Türü	Ortalama	Std. Hata	Anlamlılık Düzeyi
Satın Alma Niyeti	Bilgisel	3,021 ^a	0,076	0,924
	Düşük İlgiilenim	2,933 ^a	0,077	0,098
Yeşil Reklama Yönelik Tutum	Yüksek İlgiilenim	3,119 ^a	0,082	0,098
	Düşük İlgiilenim	2,813 ^a	0,060	0,030

a. Covariates appearing in the model are evaluated at the following values: Çevresel İlgiilenim = 3,3834.

İlgiilenime göre ürün türü satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir farkla sahip değişken, yeşil reklama yönelik tutum $p=0,030<0,05$ değeri ile anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Yüksek ilgiilenimli ürünler yeşil reklama yönelik tutum oluşturmada daha yüksek etkiye sahiptir.

Tablo 8. Reklam Çekicilik Türü ve Ürün Türü Etkileşiminin Araştırmanın Bağımlı Değişkenler Üzerindeki Etkisi Sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Reklam Çekicilik Türü	Ürün Türü	Ortalama	Std. Hata
Satın Alma Niyeti	Bilgisel	3,021 ^a	0,076	0,924
	Bilgisel	Düşük	2,911 ^a	0,101
Yeşil Reklama Yönelik Tutum	Yüksek İlgilenim	Yüksek	3,130 ^a	0,114
	Duygusal	Düşük	2,955 ^a	0,116

a. Covariates appearing in the model are evaluated at the following values: Faktorort = 3,3834.

Araştırmanın bağımsız değişkenleri, reklam çekicilik türlerinden bilgisel reklamcılık çekiciliğinin ürün türüne göre etkileşiminin satın alma niyeti üzerindeki etkisi $p=0,150>0,50$ değeri ile anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya konmuştur. Aynı şekilde duygusal reklam çekiciliğinin ürün türüne göre etkileşimin satın alma niyeti üzerindeki anlamlı bir etkisinin olmadığı $p=0,354>0,050$ değeri ile belirlenmiştir.

Bağımsız değişkenler, reklam çekicilik türlerinden bilgisel reklam çekiciliği ile ürün türünün etkileşimin yeşil reklama yönelik tutum üzerindeki etkisi $p=0,560>0,050$ değeri ile anlamlı değildir. Duygusal reklam çekiciliği ile ürün türünün etkileşiminin yeşil reklama yönelik tutum üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu $p=0,016<0,050$ değeri ile belirlenmiştir. Bu sonuca göre duygusal reklam çekiciliği kullanılan yüksek ilgilenimli ürün reklamları yeşil reklama yönelik tutum oluşturmada daha etkili olmaktadır.

Araştırma sonucunda yeşil reklamların bilgisel veya duygusal reklam çekiciliklerinin yüksek ve düşük ilgilenimli ürün reklamlarında satın alma niyeti oluşturmada anlamlı şekilde farklılaşmadığı belirlenmiştir. Satın alma niyetini oluşturan sebeplerin fazlalığı ve reklamın hedef kitlesinin, demografik, ekonomik, psikolojik ve toplumsal özellikleri satın almada rol oynayabilir. Bu nedenle satın alma niyetini açıklayacak farklı çalışmaların yapılması gerektiği belirlenmiştir.

Yeşil reklama yönelik tutum oluşturmada bilgisel reklam çekicilik türünün anlamlı bir etkiye sahip olmadığı buna karşın duygusal reklam çekiciliğinin tutum oluşturmada daha etkili olduğu araştırmada belirlenmiştir. Yüksek ilgilenimli ürün türlerinde duygusal reklam çekiciliğinin kullanılmasının yeşil reklama yönelik tutum oluşturmada etkili olduğu belirlenmiştir.

4. SONUÇ

20. Yüzyılda teknolojinin gelişmesi ve artan nüfus ile çevrenin zarar görmesi dolayısıyla çevreyi koruma ve sürdürülebilirlik kavramları ile birlikte firmalar yaptıkları ticari faaliyetler, sattıkları ürünlerin kullanımı ve kullanım sonrası süreçlerde çevreye en az zararı vermek, sınırlı doğal kaynakları daha ekonomik kullanmak için çalışmalara başlamışlardır. Bu çalışmaların tüketicilere aktarılması, rekabette farklılaşma aracı olarak kullanılması yeşil reklam uygulamalarını ortaya çıkarmıştır. Pazarlama dünyasındaki gelişmelerin yanında devlet kurumları, sivil toplum örgütleri, kar amacı gütmeyen oluşumlar da çevresel etkileri azaltmak için çalışmalar yapmışlardır. Bu çalışmaların yanı sıra etkili olabilecek reklam stratejilerini belirleme amaçlı araştırmalar da yapılmıştır (Pitman, vd. 2021).

Bu çalışma, belirtilen çerçevede çevresel ilgilenimi düşük bireylerin yeşil reklama yönelik tutumlarını ve yeşil ürün satın alma niyetlerini değiştirmek için reklam çekiciliklerinin kullanımlarının farkını belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada bilgisel ve duygusal çekicilik türleri ile ilgilenime göre ürün türünün yeşil reklam yönelik tutum ve satın alma niyetine göre farklılaşması incelenmiştir.

Araştırma sonucunda, ürün türü ve çekicilik türüne göre satın alma niyetinin anlamlı şekilde farklılaşmadığı ortaya konmuştur. Bir ürüne ait satın alma niyetinin, düşük ilgilenimli ürünlerde temel olarak işlev ya da hissetme ile belirlenmesi ve görece düşük bilgi ihtiyacı, alınan risklerin azlığı ile şekillenmesi bireylerin reklam çekiciliklerinin bilgisel ya da duygusal olmasının anlamlı bir fark yaratmadığını açıklayabilmektedir. Düşük ilgilenimli ürünlerin ürün, dağıtım başta olmak üzere pazarlama karmasının tüm unsurlarında ve tüketim sonrasında da çevre ile ilgisinin görece az olması anlamlı farkın eksikliğini açıklayabilmektedir.

Yüksek ilgilenimli ürünlerde ise, ürünün sahip olduğu, tasarım, üretim, dağıtım, kullanım, kullanım sonrası ve ürünün kullanılmaz hale geldiği süreçlerde teknik detaylarının daha yüksek olması, bu süreçlerin fazla hammadde

kullanımı, başta enerji olmak üzere farklı kaynakların kullanımını doğrudan etkilemesi ve tüm bu süreçler boyunca atıkların oluşması yüksek ilgilenimli ürünlere yönelik satın alma niyetini bazı durumlarda tanımlaması ve ölçülenmesi mümkün olmayan çok fazla değişkenden oluştuğunu ortaya koymaktadır. Yüksek ilgilenimli ürünlerin görece daha yüksek fiyatlı ve daha uzun süreli kullanıma yönelik olması tüketicilerin karar verme süreçlerinin daha karmaşık olmasına neden olmakta, tüketicilerin yaşam standartlarından, ekonomik durumlarından doğrudan etkilenmektedir. Küresel çapta meydana gelen Covid-19 gibi krizlerin ve bu krizlerin neden olduğu ekonomik değişimler de araştırmanın yapıldığı dönemde etkisini sürdürdüğü için tüketicilerin bu durumdan etkilenmeleri araştırmanın odağı dışında olan ve kontrol edilemeyen bir değişken olarak yer almaktadır. Bu nedenle pandemi öncesi yapılan tüketici davranışı araştırmaları ile olası farklar doğal karşılanmaktadır.

Araştırmanın açıklamaya çalıştığı ve çevreci reklamların etkisini belirlemede önemli olan yeşil reklama yönelik tutum ise bilgisel ya da duygusal çekicilik türlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır. Ancak duygusal çekicilik ile oluşturulan düşük ilgilenimli ve yüksek ilgilenim ürün reklamlarının yeşil reklama yönelik olumlu tutumu olumlu tutumu oluşturmada anlamlı bir farkı bulunmaktadır. Duygusal çekicilik ile hazırlanmış yüksek ilgilenimli ürün reklamları çevresel ilgilenimi düşük bireylerde yeşil reklama yönelik daha yüksek bir tutum oluşturmaktadır. Bu tutum değişikliği çevreyi korumanın, doğaya ve doğanın sunduğu olanaklara duygu ile bağlı olma ile ilişkili olabilir.

Yüksek ilgilenimli ürünlerin daha yüksek tutum değişikliği yaratması ürünlerin, tasarım, üretim, dağıtım, kullanım sırasındaki enerji tüketimi, ham madde kullanımı, satış sonrası servisler ve kullanım sonrasında geri dönüşümün gerçekleştirilmesi ve ürünün geri dönüşüme uygun olması gibi çok farklı teknik özelliğe sahip olması ile açıklanabilir. Tüketiciler teknik özellikler, düşük ilgilenimli ürünlere göre daha uzun süreli kullanım, daha yüksek fiyat ve kullanım sırasında enerji kullanımı gibi farklı değişkenler ile ürünlerin kendi ekonomik durumlarına ve çevreye olan etkilerini daha gerçekçi bir yaklaşım ile ele alabilirler. Bu gerçekçi yaklaşım ile doğaya olan olumsuz etkinin duygusal bir çerçeveye ile sunulmasının tutum değiştirmede daha etkili, tutarlı ve anlamlıdır.

Araştırmanın temel araştırma sorunu oluşturan çevresel ilgilenimi düşük bireylerde yeşil reklama yönelik tutum ve satın alma niyetinin bilgisel ya da duygusal reklam çekiciliği göre oluşacağı sorusu alan yazımda detaylandırma olasılık modeli'nin (ELM) sunduğu merkezi ve çevresel yollar ile tanımlanmaktadır (Petty ve Cacioppo, 1986). Bilgisel reklam çekiciliği merkezi yolu, duygusal reklam çekiciliği çevresel yolu tanımlamaktadır. Bu araştırmada çevresel yolun ilgilenime göre ürün türüne de bağlı olarak yeşil reklama yönelik tutumu oluşturmada daha etkili olduğu ortaya konmuştur.

Çalışmanın ortaya koyduğu yüksek ilgilenimli ürünlerin duygusal mesajlar ile sunulmasının yeşil reklama yönelik tutumu etkilemesi, sürdürülebilirliği kurumsal bir değer olarak kabul eden, çevreciliği amaç odaklı pazarlamada değer kabul eden işletmeler için bir önemli bir bilgidir. Ürün gamının geniş olduğu büyük işletmelerin yapacakları sürdürülebilirlik ve çevre ile ilgili yeşil reklamları yüksek ilgilenimli ürünler için kullanmaları daha faydalı olacaktır. Tüketicilerin çevresel ilgilenimlerinin düşük olması durumunda duygusal çekicilik mesajları ve yüksek ilgilenimli ürün türlerinin etkisi işletmelerin daha etkili reklamlar yapmalarını ve reklam bütçelerini daha etkin kullanmalarına olanak tanıyacaktır.

Çalışmanın ortaya konduğu sonuçlar akademik alanda farklı çalışmalara yol göstermektedir. Çalışmanın, çevresel ilgilenimi düşük tüketiciler tutum ve satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemesi, çevresel ilgilenimi görece yüksek olan farklı hedef kitlelere de uygulanması tavsiye edilmektedir. Farklı ürün kategorileri ve farklı hedef kitleler için satın alma niyetini oluşturan değişkenlerin tanımlanması, hedef kitlelerin bilgi işleme kapasiteleri, mesajlara açık olma durumları ve sosyo ekonomik durumlarına göre satın alma niyetlerinin, yeşil reklama yönelik tutumlarının değişimi farklı çalışmaların konusu olabilir. Duygusal ve bilgisel çekiciliklerin farklı mesaj çerçevelemesi ile farklı ürün, yaş grupları, sosyo ekonomik gruplar ve hedef kitleler için daha etkili olduğunun farklı çalışmalarda incelenmesi tavsiye edilmektedir. Araştırmanın sınırları dışında kalan ve tüketicilerin tutum ve satın alma niyetlerini etkileyen, başta ürün türü, hedef kitlelerin özellikleri, farklı reklam çekicilikleri ve mesaj stratejileri için araştırmalar yapılması önerilmektedir. Satın alma davranışının karmaşık yapısı farklı değişkenler ile araştırmanın yapılmasını olanaklı kılmaktadır.

Reklam veren ve pazarlama iletişimi tarafında reklam mesaj stratejisi belirlemede ürünün sahip olduğu sahip olduğu ilgilenim seviyesine göre değerlendirme yapılması ve ilgilenimi düşük ürünlerin yeşil reklama ve yeşil ürünlere yönelik tutumu etkilemede etkisiz olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Reklam yaratıcılarının yeşil reklamın yaratıcı sürecinde reklam çekiciliklerini belirlerken hedef kitlenin çevresel ilgilenimini göz önünde

bulundurmaları ve düşük çevresel ilgilenimli hedef kitlelerde, yüksek ilgilenimli ürünlerde duygusal reklam çekiciliklerini kullanmaları tavsiye edilmektedir. Düşük ilgilenimli ürünlerde ise reklam çekiciliğinin hedef kitlenin özelliklerine ve ürün özelliklerine göre belirlenmesi ve mesaj tasarımının buna göre yapılması tavsiye edilmektedir. Düşük ilgilenimli ürünler için yapılan yeşil reklamlarda çekicilik türleri ve mesaj stratejisi için farklı araştırmaların yapılması önerilmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Albarracin, D., Zanna, M. P., Johnson, B. T. ve Kumkale, G. T. (2005). Attitudes: Introduction and scope. D. Albarracin, B. Johnson, ve M. P. Zanna, (Ed.) *The handbook of attitudes* içinde (s. 3-19). Mahwah: NJ: Lawrence Erlbaum.
- American Marketing Assosation. (2023). <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> adresinden 3 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Aslan, İ. (2016). *Açık Hava reklamlarında çekicilikler*. Literatürk.
- Augustini, M., Baloran, A., Bagano, A., Tan, A., Athanasius, S. ve Retnawati, B. (2021). Green marketing practices and issues: A comparative study of selected Firms in Indonesia and Philippines. *Journal of Asia-Pacific -Business*, 22(3), 164-181. <https://doi.org/10.1080/10599231.2021.1943807>
- Babbie, E. (2011). *The basics of social research* (5 b.). Wadsworth: Cengage Learning.
- Banerjee, S., Gulas, C. S. ve Iyer, E. (1995). Shades of green: A multidimensional analysis of rnviromental advertising. *Journal of Advertising*, 24(2), 21-31.
- Bostrom, R. N. (1983). *Persuasion*. Englewood Cliffs, Prentice- Hall.
- Boström, M. ve Klintman, M. (2008). *Eco-standarts, product labelling and green consumerism*. Palgrave Macmillan.
- Butterfield, S. B. ve Welbourne, J. (2002). The elaboration likelihood model: Its impact on persuasion theory and research. J. D. Diilard, ve M. Pfau (Ed.) *The persuasion handbook developments in theory and practice* içinde (s. 155-174). Sage Publications.
- Büyüköztürk, Ş. (2022). *Deneyisel desenler öntest-sontest kontrol grubu desen ve veri analizi* (7. Baskı). Pegem Akademi.
- Chamorro, A. ve Bañegil, T. M. (2015). Green marketing philosophy: A study of Spanish firms with ecolabels. *Corporate Social Responsibility and Enviromental Management*, 131(1), 11-24. <http://dx.doi.org/10.1002/csr.83>
- Çekiç Akyol, A. ve Kılınç, Ö. (2015). *Türkiye'de yeşil reklam uygulamaları*. Literatürk.
- Eagly, A. H. ve Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3. Baskı). Sage Publications.

- Fowler, A. R. ve Close, A. G. (2012). It ain't easy being green. *Journal of Advertising*, 41(4), 119-132. <http://dx.doi.org/10.1080/00913367.2012.10672461>
- Frymier, A. B. ve Nadler, M. K. (2013). *Persuasion integration theory, research and practice* (3. Baskı). Kendal Hunt.
- Gingsberg, J. ve Bloom, P. (2004). Choosing right green marketing strategy. *Mit Sloan Management Review*, 46(1), 79-84.
- Haws, K. L., Winterich, K. P. ve Naylor, R. W. (2013). Seeing the world through GREEN-tinned glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.11.002>
- İslamoğlu, A. H. ve Alınçık, Ü. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (5. Baskı). Beta.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13. Baskı). Pearson.
- Kuduz, N. ve Zerenler, M. (2013). *Yeşil pazarlama*. Nobel Kitap.
- Lampe, M. ve Gazda, G. M. (1995). Green marketing in Europe and the United States: An evolving business and society interface. *International Business Review*, 3(4), 295-312. [https://doi.org/10.1016/0969-5931\(95\)00011-N](https://doi.org/10.1016/0969-5931(95)00011-N)
- Larson, C. U. (2013). *Persuasion: Reception and responsibility*. Cengage Learning.
- Montgomery, D. C. (2017). *Design and analysis of experiments* (9. Baskı). Wiley.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2003). *Tüketici davranışı*. Mediacat.
- O'Keefe, D. J. (2016). *Persuasion theory and research*. Sage Publications.
- Ottman, J. A., Stafford, E. R. ve Hartman, C. L. (2006). Avoiding green marketing myopia ways to improve consumer appeal for environmentally preferable products. *Environment*, 48(5), 22-36. <http://dx.doi.org/10.3200/ENV.48.5.22-36>
- Pallant, J. (2016). *SPSS survival manual* (6. Baskı). Mc Graw Hill.
- Peattie, K. ve Charter, M. (2003). Green marketing. M. J. Baker (Ed.). *The marketing book* içinde (s. 726-755). Butterworth Heinemann.
- Petty, R. E. ve Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* içinde (Vol. 19, s. 123-205). Academic.
- Pittman, M., Read, G. L. ve Chen, J. (2021). Changing attitudes on social media: Effects of fear and information in green advertising on non-green consumers. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 42(2), 175-196. <https://doi.org/10.1080/10641734.2020.1835755>
- Polansky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2) <https://doi.org/10.5070/G31210177>
- Polonsky, M. J. ve Rosenberger, P. J. (2001). Reevaluating green marketing: A strategic approach. *Business Horizons*, 5(44), 21-30. [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(01\)80057-4](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(01)80057-4)

- Suher, H. K. (2017). Çift süreç modelleri. A. A. Bir ve H. K. Suher (Ed.), *Reklam teorileri I reklamın insan davranışına etkileri* içinde (s. 13-88). The Kitap.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2020). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı* (6. Baskı). Pearson-Nobel.
- Ulus, Y. ve Köksal, D. (2012). Yeşil reklama yönelik tutum: Üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Journal of Yaşar University*, 27(7), 4642-4669. <https://doi.org/10.19168/jyu.85414>
- Uztuğ, F. (2003). *Markan kadar konuş! Marka iletişim stratejileri*. Mediacat.
- Wrench, J. S., Maddox, C. T., Richmond, V. P. ve McCroskey, J. C. (2019). *Quantitative research methods for communication*. Oxford University Press.
- Yüksel, A. H. (2012). *İkna edici iletişim* (1. Baskı). Anadolu Üniversitesi.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

TOPIC MODELLING OF DOCTORAL THESES WRITTEN ON LUNG CANCER IN TÜRKİYE USING LDA*

TÜRKİYE'DE AKCİĞER KANSERİ ÜZERİNE YAZILMIŞ DOKTORA TEZLERİNİN LDA İLE KONU MODELLEMESİ

Lecturer Fatma ÜZÜMCÜ¹

Prof. Dr. Nezihe TÜFEKÇİ²

ABSTRACT

The aim of the study is to examine the research status, subject and content of doctoral theses on lung cancer in Türkiye. In December 2024, research documents are scanned using the text mining method in R software, employing topic-based text analysis. The search is conducted on the YOK National Thesis Centre page, selecting 'lung cancer', 'all', and 'doctorate'. The most frequently covered topics are found through the obtained thesis abstracts with the artificial intelligence-based 'Latent Dirichlet Allocation' algorithm. Content analysis is performed by examining the relationship between the subject headings and thesis abstracts. It is aimed to determine the most emphasized content in theses on lung cancer. As a result of the algorithm, the words are found to be compatible in the consistency test. The study shows that lung cancer research is mainly clinical and medical, but the data also has significant health management and health economics outputs. A detailed investigation of concepts like "quality of life, treatment process, cost, and value" identify areas for health policies and technology assessments. Latent Dirichlet Allocation (LDA) emerges as a tool to compare studies across databases, helping researchers choose topics and understand the subject density of theses conducted in Türkiye.

Keywords: Lung Cancer, Thesis Analysis, Bioinformatics, Text Mining, Latent Dirichlet Allocation (LDA).

JEL Classification Codes: I11, I21, M19, P46.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de akciğer kanseri üzerine yapılan doktora tezlerinin araştırma durumunu, konusunu ve içeriğini incelemektir. Araştırma dokümanları Aralık 2024'te R yazılımında metin madenciliği yöntemi kullanılarak konu tabanlı metin analizi ile taranmıştır. Arama, YÖK Ulusal Tez Merkezi sayfasında "akciğer kanseri", "tümü" ve "doktora" seçenekleri seçilerek gerçekleştirilmiştir. Elde edilen tez özetleri üzerinden yapay zekâ tabanlı 'Gizli Dirichlet Ayrımı' algoritması ile en sık ele alınan konular bulunmuştur. Konu başlıkları ile tez özetleri arasındaki ilişki incelenerek içerik analizi yapılmıştır. Akciğer kanseri konulu tezlerde en çok vurgulanan içeriklerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Algoritma sonucunda, kelimelerin tutarlılık testinde uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Çalışma, akciğer kanserine yönelik araştırmaların ağırlıklı olarak klinik ve tıbbi nitelikte olduğunu ancak elde edilen verilerin sağlık yönetimi ve sağlık ekonomisi açısından da önemli çıktılar sağladığını göstermektedir. "Yaşam kalitesi, tedavi süreci, maliyet ve değer" gibi önemli kavramların ayrıntılı bir şekilde incelenmesi, sağlık politikaları ve teknoloji değerlendirmeleri için alanlar belirlemiştir. Gizli Dirichlet Ayrımı (GDA), veritabanları arasında çalışmaları karşılaştırmak için bir araç olarak ortaya çıkmış ve araştırmacıların konuları seçmelerine ve Türkiye'de yazılan tezlerin konu yoğunluğunu anlamalarına yardımcı olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Akciğer Kanseri, Tez Analizi, Biyoenformatik, Metin Madenciliği, Gizli Dirichlet Ayrımı (GDA).

JEL Sınıflandırma Kodları: I11, I21, M19, P46.

* The paper is prepared from the Ph. D. Dissertation titled "Investigation of Patients' Psychosocial Experiences in the Diagnosis and Treatment of Lung Cancer" prepared by "Fatma ÜZÜMCÜ" under the supervision of "Nezihe TÜFEKÇİ".

¹ Akdeniz University, School of Health Services, Department of Medical Services and Techniques, fatmauzumcu@akdeniz.edu.tr

² Süleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Health Management, nezihetufekci@sdu.edu.tr

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Amaç ve Kapsam:

Çağdaş teknolojik gelişmeler bağlamında, metin madenciliği, bilgi işleme ve değerlendirmesinin etkinliğini artırma amacıyla metinsel materyallerin tanımlanması, incelenmesi ve analiz edilmesi için öncü bir metodolojiyi ifade etmektedir (Karakuş, 2021; Güneş ve Yıldırım, 2022). Metin madenciliği, hacimli metinsel veri kümelerinden anlamlı ve eyleme dönüştürülebilir içgörüler çıkarmak için bir dizi istatistiksel metodoloji kullanır (Feldman ve Sanger, 2007). Metin madenciliği, veri madenciliğinin bir çeşididir; fark, veritabanları gibi yapılandırılmış verileri işleyen veri madenciliğinin aksine, metin madenciliği veri kaynaklarının yapılandırılmamış metinler olmasıdır (Hearst, 1999). Bu çalışmanın amacı Türkiye'de akciğer kanseri üzerine yapılan doktora tezlerinin mevcut araştırma, konu ve içerik durumunu incelemektir. Aralık 2024'te mevcut araştırma belgelerinin kapsamlı bir araştırması, R yazılım ortamında bir metin madenciliği yöntemi olan konu tabanlı metin analizi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Yöntem:

Araştırma, "akciğer kanseri" üzerine yazılmış doktora tezlerinin genelliği hakkında yargılarda bulunma açısından betimsel nitel bir yaklaşım kullanmaktadır. Nitel araştırmada, incelenen durumlara ve olaylara özgü daha ayrıntılı bir değer yargısına ulaşma çabası vardır (Morgan, 1996). Araştırma materyali akciğer kanseri üzerine yapılmış doktora çalışmalarından oluşmaktadır. Belgelerin analizi, R yazılım ortamında bir metin madenciliği yöntemi olan konu tabanlı metin analizi yaklaşımı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. "Akciğer kanseri" arama terimi, aranacak alan olarak belirlenmiş, izin durumu "tümü" olarak ayarlanmış ve tez türü "doktora" olarak belirlenmiştir. Arama, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi web sitesi kullanılarak Aralık 2024'te gerçekleştirilmiştir. Arama teriminde "akciğer kanseri" teriminin kullanılması, İngilizce tezlerin bulunmasını kolaylaştırmak amacıyla tasarlanmıştır. Kapsamlı bir tarama sürecinin ardından YÖK Ulusal Tez Merkezi'nde kayıtlı toplam 1.007 tez olduğu, bunlardan 514'ünün tıpta uzmanlık tezi, 357'sinin yüksek lisans tezi, 130'unun doktora tezi ve 6'sının tıpta yan dal tezi olduğu tespit edildi. Bu araştırma kapsamında Türkiye'de akciğer kanseri üzerine yapılmış 130 doktora tezinin otomatik ve anlamsal analizini yapan bir konu modelleme yöntemi olan Latent Dirichlet Allocation (LDA) uygulanmıştır.

Bulgular:

Araştırmada kullanılan dokümanların metin madenciliği çalışması, Konu-5'in dokümanların %40'ından fazlasını kaplayarak en baskın konu olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgu, Konu-5'in dokümanlarda birincil tema olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, Konu-2, dokümanların yaklaşık %20'sini kapsayarak ikinci en yaygın konu olarak ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, Konu-2'ye ait dokümanların konuya özgü bir alt temayı veya araştırma alanını kapsadığını göstermektedir. Konu 1, 3 ve 4'e ait dokümanlar daha düşük bir temsil düzeyi sergilemiştir. Bu konular, dokümanların metinlerin yaklaşık %10-15'ini temsil ettiğini ve daha az yoğun konuların göstergesi olduğunu göstermektedir. Analizden elde edilen bulgular, tek bir konu baskın olsa da metinde farklı temaların temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, analiz edilen metinlerin kapsadığı araştırma temalarının kapsamlı ve çeşitli doğasını vurgulamaktadır. Her konu için en yüksek kelime ağırlığına sahip beş kelime, konuların temalarını incelemek için analiz edilmiştir (Tablo 1). Konu-1 için en yüksek ağırlığa sahip kelimeler "hücre" (95,98), "EGFR" (63,19), "tedavi" (54,43), "tümör" (52,63) ve "mutasyon" (49,94) idi. Konu-2 için, "hücre" (55,32), "scl" (25,74), "kök" (15,19), "ekzosomlar" (14,20) ve "emt" (12,97) terimleri en yüksek sıklığa sahiptir. Konu-3 için, 'genotip' (60,59), 'polimorfizm' (55,78), 'kontrol' (55,20), 'seviye' (48,18) ve 'önemli' (44,19) terimleri en yüksek sıklığa sahiptir. Konu-4 için, 'hücre' (285,39), 'ifade' (134,01), 'gen' (113,63), 'seviye' (85,67) ve 'etki' (76,58) terimleri en yüksek sıklığı göstermektedir. Beşinci konu için, "kontrol" (37,28), "kalite" (37,19), "yaşam" (27,94), "bulunan" (26,99) ve "tedavi" (24,60) terimleri en yüksek sıklığı göstermiştir.

Sonuç ve Tartışma:

İlk dört konunun kapsamlı bir analizi, akciğer kanseri araştırmalarının ağırlıklı olarak klinik ve tıbbi nitelikte olduğunu ve bulguların tıbbi bağlamda yorumlandığını ortaya koymaktadır. Genel bulgular Sağlık Yönetimi ve Sağlık Ekonomisi alanında gelecekte kullanılabilecek kavramları öngörmektedir. Ortaya çıkan konularla ilişkili anahtar sözcüklerin kullanımı hem ulusal hem de uluslararası düzeyde yayınlanan en çok atıf alan araştırmaların da kanıtladığı gibi, araştırmanın "Akciğer Kanserin Tedavi Süreci ve Yaşam Kalitesinin Etkisi"ne doğru yönlendirilmesini kolaylaştırır. Konu 5 altında akciğer kanserinde "kontrol, kalite, yaşam, maliyet, bulunan, tedavi, değer" anahtar sözcüklerinin daha kapsamlı bir şekilde incelenmesi, Sağlık Ekonomisi alanındaki odak noktalarını aydınlatır. Bu anahtar sözcüklerin yakından incelenmesi, Konu 5'in yaşam kalitesi ölçümleri, tanı ve tedavi süreçleri, maliyet etkinliği ve genel sağlık dahil olmak üzere bir dizi temayı kapsadığını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, ülkeler bu anahtar sözcükleri kullanarak sağlık ekonomisi ve sağlık teknolojisi değerlendirmesi için çözümler ve sağlık politikaları belirleyebilir. Gizli Dirichlet Ayrımı analizi, farklı veri tabanlarından (örneğin PubMed, Scopus, Web of Science, vb.) alınan makale ve çalışmaların karşılaştırılmasını kolaylaştırmaktadır. Araştırmada yapılan analizler doğrultusunda, Türkiye'de yapılan alan tezlerinin konu yoğunluğu tespit edilebilir. Bu analiz, araştırmacılara uygun konuları seçmede rehberlik edebilir. Bu bağlamda, Gizli Dirichlet Ayrımı'nda ortaya çıkan etiketlerin önem düzeylerinin belirlenmesiyle etkili çıkarımlar yapılabilir.

1. INTRODUCTION

Lung cancer represents a significant and pressing health concern, with both global and national ramifications. As such, a comprehensive investigation into the treatment processes and their effects on patients' quality of life is essential. Cancer is characterized by genetic alterations that disrupt normal cell cycle checkpoints, allowing cancer cells to modify their metabolism in order to support unchecked proliferation and invasion (Yeşilmen, 2024). These metabolic reprogramming events, such as increased glucose uptake, enhanced glutaminolysis, and augmented fatty acid synthesis, play a pivotal role in promoting tumor growth and progression (Fadaka et al., 2017).

Lung cancer, which remains the most common form of cancer worldwide, represents 12.3% of all cancer cases. Its prevalence is significantly influenced by various factors including geographic location, gender, race, and, notably, tobacco use. Smoking, particularly long-term smoking, can increase the risk of developing lung cancer by as much as 30-fold (Minna et al., 2002). Lung cancer is categorized into two primary types: small cell lung cancer (SCLC) and non-small cell lung cancer (NSCLC). Among these, approximately 85% of lung cancer cases are classified as non-small cell lung cancer (Gridelli et al., 2015).

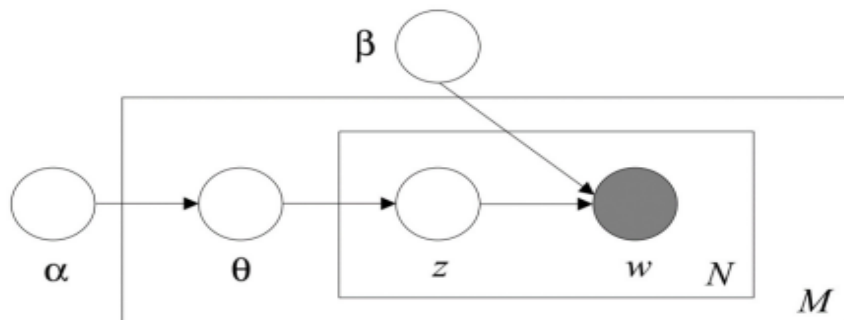
Lung cancer is the leading cause of cancer-related deaths, accounting for 25% of all cancer fatalities (Hoy et al., 2019). The survival rates for lung cancer patients are strongly correlated with the stage at diagnosis, with rates varying from 60% for localized tumors to a mere 6% for those with metastatic disease (Hoy et al., 2019). Although early detection of lung cancer is critical for improving patient outcomes, it remains a significant challenge due to the absence of specific early symptoms and the overlap with other chronic conditions. This highlights the urgent need for advanced molecular imaging technologies, which can aid in the early diagnosis and treatment of lung cancer (Kennedy et al., 2022).

In the context of modern technological advancements, text mining represents an innovative approach for identifying, examining, and analyzing textual data, with the ultimate goal of improving the efficiency of information processing and evaluation (Karakuş, 2021; Güneş & Yıldırım, 2022). This methodology utilizes a variety of statistical techniques to extract meaningful, actionable insights from large-scale textual datasets (Feldman & Sanger, 2007). While text mining is often considered a subset of data mining, it distinguishes itself by focusing on unstructured textual data, unlike traditional data mining, which primarily deals with structured data such as databases (Hearst, 1999).

As a branch of data mining, text mining incorporates a diverse range of techniques, including natural language processing, information retrieval, text summarization, text classification, and clustering. These techniques are increasingly utilized in modern online platforms and applications (Baker & Yacef, 2009; Karakuş, 2021). One of the key methods within text mining is topic modeling, which involves a set of algorithms designed to uncover the latent structures of topics within documents (Blei et al., 2003).

Latent Dirichlet Discriminant (LDD) is a probabilistic model often employed in machine learning and natural language processing. The Latent Dirichlet Allocation (LDA) model, in particular, was developed to address text mining and topic modeling challenges. LDA is widely used to identify latent topics across a collection of documents, enabling the representation of each document in terms of these underlying topics.

Figure 1. Latent Dirichlet Allocation (LDA) Graphical Model



Source: (Blei, Ng and Jordan, 2003, 997).

The LDA model's equation is expressed as follows:

$$p(\theta, z, w | \alpha, \beta) = p(\theta | \alpha) \prod_{n=1}^N p(z_n | \theta) p(w_n | z_n, \beta) \quad (1)$$

In the formula, θ represents the document-specific topic distribution, z denotes the topic assignments, w indicates the words, α is the dirichlet prior parameter (document topic), β is the dirichlet parameter (topic word), and N signifies the number of words. In the context of Latent Dirichlet Allocation (LDA), topics and topic distributions per document are considered latent variables, whereas documents are observed entities. The allocation of each word to a topic is a latent construct called latent (Boyd-Graber et al., 2017). The algorithm is thus designated as Latent Dirichlet Allocation (LDA). The fundamental premise underlying the LDA approach is that a document is represented as a random composite of hidden topics, each of which possesses a unique characteristic determined by the frequency of word occurrences within the document, as illustrated in Figure 1 (Blei et al., 2003). The LDA modeling framework encompasses distinct levels, as illustrated in Figure 1. The parameters α and β represent the distribution of topics at the corpus level, which is defined as a collection of documents (M). The parameter α determines the distribution of topics in the document; that is, an elevated α value indicates a more substantial mix of topics in the document, and vice versa. The parameter β , on the other hand, governs the distribution of words within a topic. A higher value of β indicates a greater number of words in a topic, and vice versa. The variable θ , representing the topic distribution within a document, is a document-level variable (M). A higher value of θ indicates a greater diversity of topics in the document, while a lower value indicates a more specific topic. z_n and w_n are word-level variables (N). The variable z represents the topic of a particular word in a document, while w represents the word related to a particular topic in the document (Blei et al. 2003). Latent Dirichlet Allocation (LDA) is a modelling approach in which the universe of documents is called 'structure' and the terms in these documents represent words (Maier et al., 2018). By using the words in the documents and their weights, hidden information is revealed and thus, the topics in the documents can be identified.

Sugiantoro et al.'s research employed abstracts as the primary source to identify commonly used topics in undergraduate thesis research through text mining using Latent Dirichlet Allocation (LDA). The research collected a dataset of 666 abstracts and employed LDA to identify dominant themes and topics within it, demonstrating that the LDA model achieved a consistency score of up to 0.448, indicating a reasonable level of consistency in the topics identified. The analysis yielded six primary topics: systems analysis and design, data mining, computer networks, decision support systems, software testing, and computer security (Sugiantoro et al., 2023).

Van Nieuwenhove (2017) conducted an investigation into the Latent Dirichlet Allocation (LDA) algorithm for topic extraction from documents, with a particular emphasis on the selection of parameters that influence the determination of the number of topics and the algorithm's instability. To achieve this, he performed a comparative analysis of LDA with Non-Negative Matrix Factorization (NMF) and Latent Semantic Analysis (LSA). The evaluation of these algorithms was based on several metrics, including model complexity (perplexity), model similarity, topic uniqueness, computation time, the cumulative distribution of annotated documents, and topic consistency. A novel metric introduced in the study was "uniqueness," which assesses the distinctiveness of topics and aids in determining the optimal number of topics (Van Nieuwenhove, 2017). The study concluded that LDA performed particularly well in terms of uniqueness and complexity, establishing it as the most suitable algorithm for further analysis. However, NMF outperformed LDA in certain metrics and proved to be a faster alternative. Despite this, issues regarding the instability of LDA remain unresolved. This research paper provides a balanced overview of the strengths and weaknesses of LDA, offering insightful perspectives into its applications and potential areas for improvement, particularly in comparison to other algorithms (Van Nieuwenhove, 2017).

Ekinci et al. (2020) conducted an automatic and semantic analysis of medical articles published by Turkish researchers using the LDA method. The study aimed to identify topics within the medical literature by analyzing articles from the PubMed database published over the past 11 years. The results of this study indicated that the LDA method effectively identified emerging trends in medical research and contributed to the discovery of significant themes within the literature (Ekinci et al., 2020).

Altıntaş et al. (2021) collected user posts related to cancer from the Reddit platform and performed topic modeling on the data using the LDA algorithm. A content analysis was conducted to identify the most frequently discussed topics in cancer-related posts. The topics identified were found to be consistent with each other based on the results of consistency tests, and the relationships between these topics were further analyzed using the t-SNE technique. This research provides a valuable contribution by analyzing the sharing of cancer-related information on social media platforms and identifying key themes within this content (Altıntaş et al., 2021).

Budak (2024) utilized the SCM framework, incorporating LDA as a crucial text mining method, to uncover hidden patterns and concerns regarding waste and recycling within reports from the European Environment Agency (EEA). By applying LDA to analyze word classification and co-occurrence within these reports, the study generated relevant tags that accurately reflected various aspects of waste management and recycling practices. This approach has been shown to enhance the accessibility of these reports, thereby supporting more informed decision-making and improved planning for waste management and recycling practices across Europe. The application of LDA in this context facilitates the identification of key issues and contributes to evidence-based studies focused on sustainable waste management (Budak, 2024).

Lung cancer has been observed to demonstrate high incidence and mortality rates in the population of Türkiye. This phenomenon poses a considerable burden on healthcare systems and represents a significant public health concern. The disease predominantly affects men, with an increasing prevalence among women. Treatment processes have been shown to exert pressure not only on medical resources but also on economic, social, and psychological support mechanisms. Thematic mapping of academic knowledge production is therefore crucial for accurately understanding the burden of the disease in healthcare management and developing evidence-based policies. Doctoral dissertations constitute a substantial repository of in-depth knowledge pertaining to healthcare delivery, treatment strategies, psychosocial support, and health economics. Current LDA applications primarily focus on social media posts or institutional reports. To the best of the author's knowledge, systematic topic modelling of doctoral dissertations on lung cancer in Türkiye has not been conducted. The present study is distinguished from other examples in the literature by virtue of the use of long-form, academic texts as a data source, the exclusive focus on lung cancer, and the identification of thematic trends and priority areas for health policy. In this respect, it is important to note that it fills an important gap in the literature in terms of data type and target area. The thematic evidence it produces at a national scale is significant for health management and policy planning.

2. MATERIALS AND METHODS

This study employs a descriptive qualitative approach to explore the general trends and patterns within doctoral theses focused on "lung cancer." In qualitative research, the objective is to formulate a more nuanced and context-specific value judgment that reflects the unique circumstances and phenomena under examination (Morgan, 1996). The research material comprises doctoral dissertations on lung cancer. The analysis of these documents was performed using a topic-based text analysis methodology, specifically utilizing a text mining technique, within the R software environment.

For the purposes of this study, the search term "lung cancer" was chosen as the primary keyword, and the search parameters were set to include all available documents, with the thesis type specified as "doctorate." The search was conducted in December 2024 via the National Thesis Center of the Council of Higher Education (YÖK) website. The selection of "lung cancer" as the search term was intended to streamline the retrieval of relevant theses written in English. Following a thorough screening process, it was determined that a total of 1,007 theses were registered in the YÖK National Thesis Center database. Of these, 514 were medical specialty theses, 357 were master's theses, 130 were doctoral theses, and 6 were sub-specialty medical theses.

Within the scope of this research, the Latent Dirichlet Allocation (LDA) model a topic modeling technique designed for the automatic and semantic analysis of text data was applied to analyze the 130 doctoral dissertations on lung cancer in Türkiye.

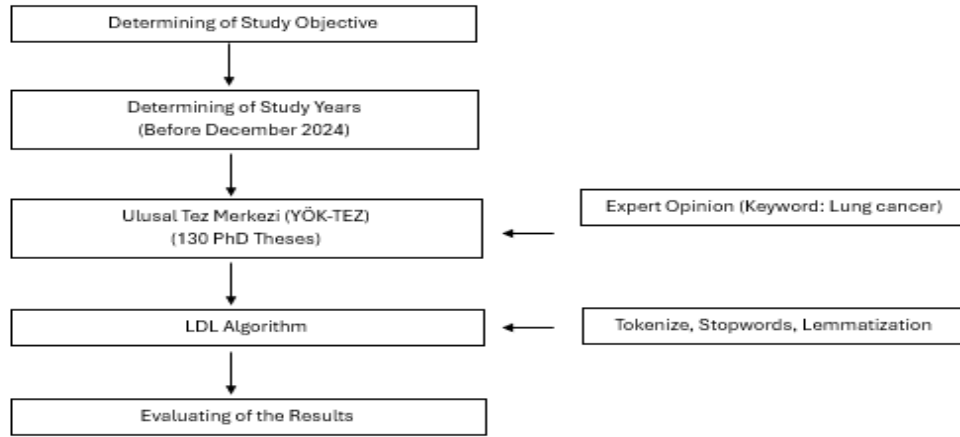
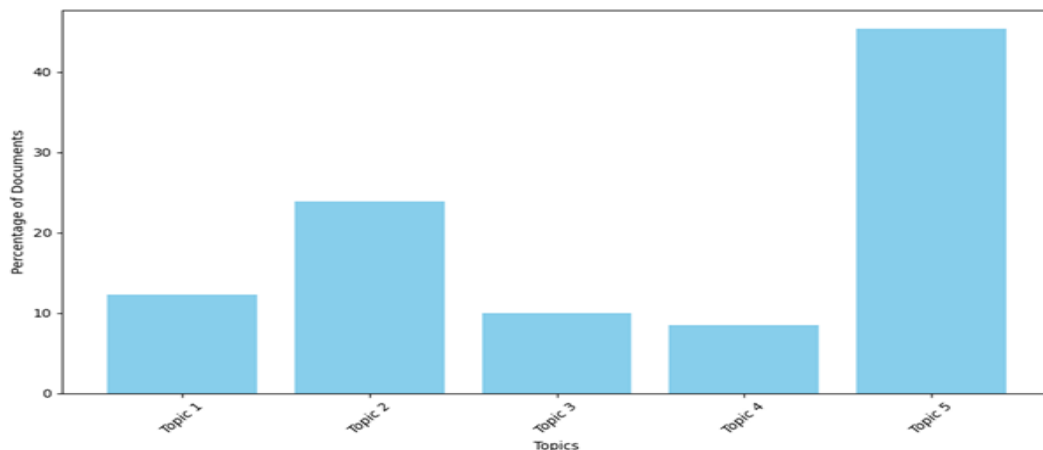
Figure 2. The Methodological Framework of the Study

Figure 2 presents the flow diagram of the algorithm employed in this study concerning LDA. Only doctoral theses that included the term "lung cancer" and were uploaded to the National Thesis Center and published before December 2024 were included in the study, which constitutes a limitation of the research. While LDA is effective in identifying latent themes in text, model outputs are sensitive to initial values and hyperparameter settings. The outcomes of such studies may be subject to variation depending on the researcher's preferences, including the selection of the number of topics (K), the text preprocessing, and the stopword list (Van Nieuwenhove, 2017). In this study, the aforementioned limitations were mitigated by consistency scores and expert evaluations.

A probabilistic topic modelling approach was employed to categorise the text, create a topic model for doctoral dissertations, and analyse this model using LDA. The LDA algorithm was utilised to assess the efficacy of various variations in determining the optimal number of tags and keywords, employing diverse iterations. Initially, each word in the thesis was randomly assigned to a topic, and then iterative adjustments were made based on the likelihood of the words occurring more frequently. The calculations were arranged using the Gibbs sampling procedure, with five topics and 20 keywords under each topic over 2,000 iterations. The numerical value thus obtained was designated as "Weight." This established the proportion of the topics within the total and predicted the topic on which the subsequent study would be written.

3. FINDINGS

The results obtained in the study are explained through the five topics determined based on the objectives of the research. These five topics identified in the study are presented in Figure 3.

Figure 3. Subject Distribution Among Documents

The text mining analysis conducted on the documents used in this study revealed that Topic 5 emerged as the most dominant theme, accounting for more than 40% of the total documents. This substantial proportion suggests that Topic 5 plays a central role in the corpus, making it the primary focus across the analyzed materials. In a similar manner, Topic 2 was identified as the second most prominent theme, representing approximately 20% of the documents. This indicates that Topic 2 encompasses a specific sub-theme or research area that is significant but secondary to the overarching themes in the dataset.

On the other hand, Topics 1, 3, and 4 were represented to a lesser extent, with each of these topics contributing between 10% and 15% of the overall document content. This suggests that while these topics are present, they are less central and represent more niche or specialized areas within the broader context of the study. The analysis highlights that, although one topic dominates the corpus, multiple themes are still represented, reflecting the multifaceted nature of the research subjects covered in the documents. This diversity in thematic representation emphasizes the broad scope and varied research areas that are integrated within the texts under investigation.

Table 1. The Words with the Highest Weight for Each Topic

Topic-1		Topic-3		Topic-5	
Word	Weight	Word	Weight	Word	Weight
cell	95.97	genotype	60.59	control	37.27
egfr	63.19	polymorphism	55.78	quality	37.19
treatment	54.43	control	55.20	life	27.94
tumor	52.63	level	48.18	found	26.99
mutation	49.94	significant	44.18	treatment	24.60

Topic-2		Topic-4	
Word	Weight	Word	Weight
cell	55.32	cell	285.39
scic	25.74	expression	134.01
stem	15.19	gene	113.63
exosomes	14.20	level	85.67
emt	12.97	effect	76.58

To examine the themes related to each topic, the five words with the highest word weights for each topic were analyzed (Table 1). For Topic 1, the words with the highest weight were "cell" (95.98), "EGFR" (63.19), "treatment" (54.43), "tumor" (52.63), and "mutation" (49.94). These results suggest that the subject matter is strongly related to cell biology and cancer research. Specifically, the terms "EGFR" (epidermal growth factor receptor) and "tumor" indicate a focus on cancer-related processes, while "treatment" and "mutation" point to the investigation of therapeutic strategies and their relationship with genetic variations in cancer.

In Topic 2, the terms with the highest frequency were "cell" (55.32), "SCLC" (small cell lung cancer) (25.74), "stem" (15.19), "exosomes" (14.20), and "EMT" (epithelial-mesenchymal transition) (12.97). These terms indicate that the documents in this topic predominantly focus on small cell lung cancer and stem cells as key research areas. The inclusion of "exosomes" and "EMT" suggests that the research also encompasses biological processes related to extracellular vesicles and tumor metastasis, which are critical to understanding cancer progression.

For Topic 3, the most frequent terms were "genotype" (60.9), "polymorphism" (55.78), "control" (55.20), "level" (48.18), and "significant" (44.19). These terms suggest that the research documented in this topic is centered around genetic studies, particularly focusing on genetic variations and polymorphisms. The terms "control" and "level" indicate that experimental controls and the measurement of genetic levels are integral to the research methodologies employed in these studies, highlighting the precision and rigor of genetic investigations.

Topic 4 is characterized by the terms "cell" (285.39), "expression" (134.01), "gene" (113.63), "level" (85.67), and "effect" (76.58). This combination of terms underscores the primary focus of the documents on gene expression and the regulation of biological processes at the cellular level. The prominence of "cell" and "expression" supports

this, while the terms "gene" and "effect" suggest that the impact of genetic factors and their expression levels are key areas of intensive research within this topic.

Finally, Topic 5 features the terms "control" (37.28), "quality" (37.19), "life" (27.94), "found" (26.99), and "treatment" (24.60). These terms suggest that the research in this topic is primarily concerned with the quality of life and the factors that influence it, particularly in the context of disease treatment and management. The repeated appearance of "quality" and "life" highlights the central role of health-related outcomes in the documents, while "treatment" emphasizes the importance of therapeutic interventions in improving life quality.

3.1. Findings Related to Topic-1

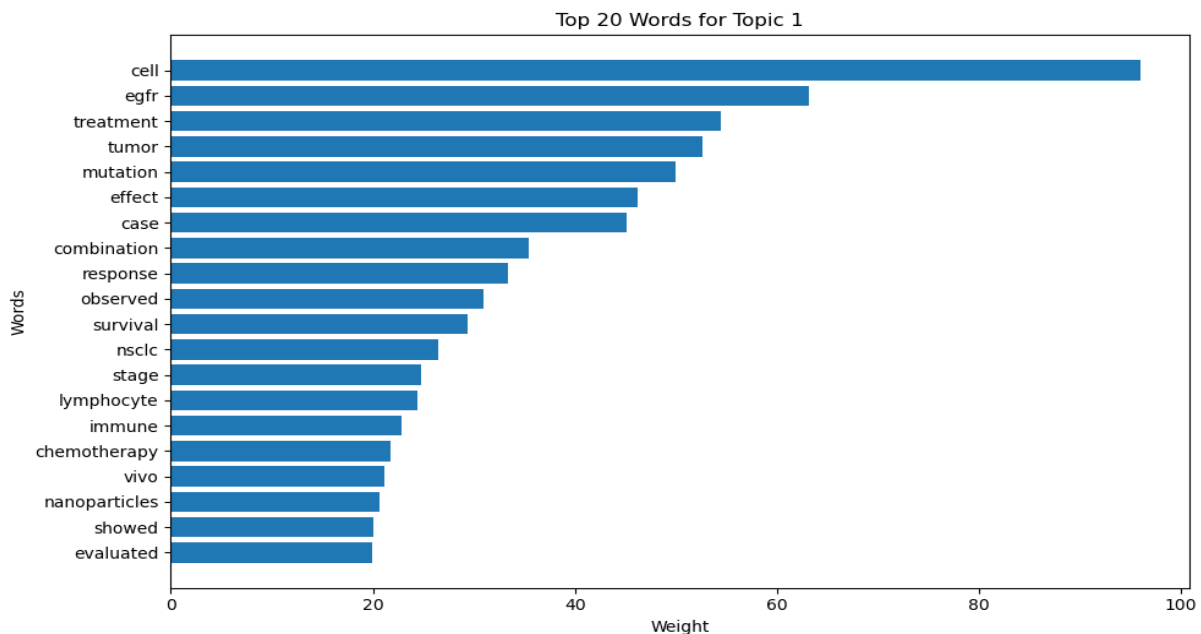
When the words addressed in Topic 1 are evaluated, the word cloud shown in Figure 4 emerges. Additionally, when the frequencies of the words are assessed, the frequency distribution presented in Figure 5 becomes apparent.

Figure 4. Word Cloud Related to Topic-1 as a Result of the Analysis of Documents



Figure 4 illustrates the word cloud generated from the lexicon of the sources related to Topic 1. In this visualization, the size of each word corresponds to its frequency within the dataset, providing a clear indication of the prominence of specific terms. Upon analyzing the word cloud, it becomes evident that the word "cell" appears most frequently, making it the most prominent term in Topic 1. Following "cell," the next most frequent words are "EGFR," "treatment," and "tumor," in that order. Additionally, Figure 5 displays a list of the top 20 words with the highest frequency in Topic 1, offering further insight into the key concepts and themes prevalent within the topic.

Figure 5. 20 Words with the Highest Frequency Related to Topic 1



When Figure 5 is examined, the findings related to Topic 1 are listed as follows: cell, EGFR, treatment, tumor, mutation, effect, case, combination, response, observed, survival, NSCLC, stage, lymphocyte, immune, chemotherapy, vivo, nanoparticles, showed, and evaluated. Additionally, Figure 5 also illustrates the weight of each word.

3.2. Findings Related to Topic-2

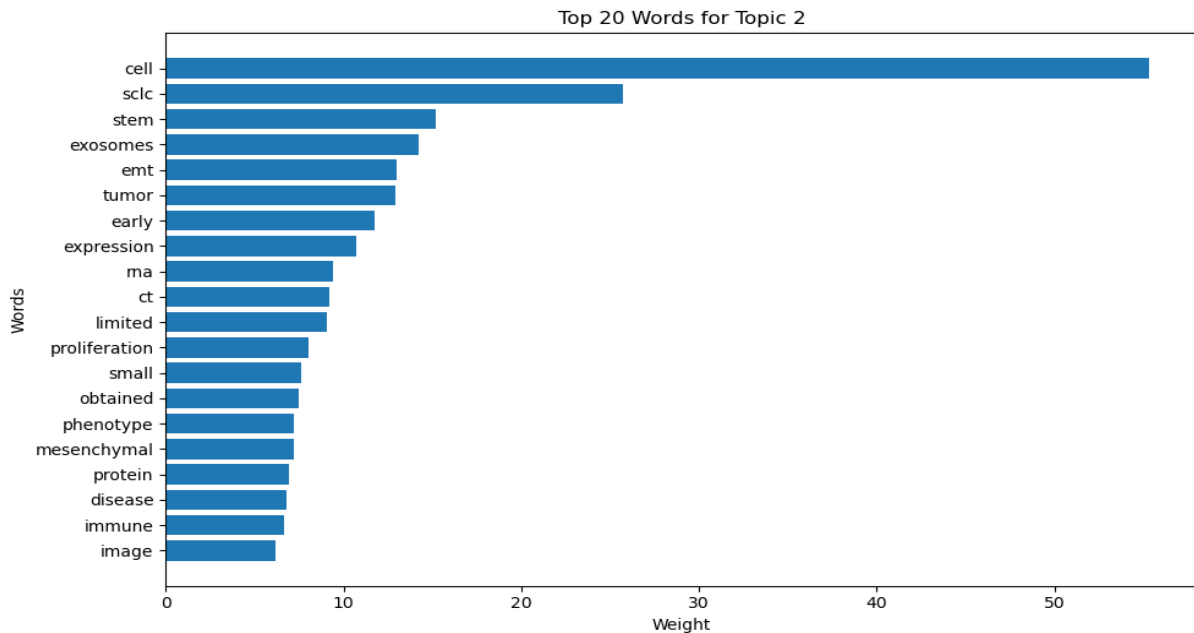
When the words addressed in Topic 2 are evaluated, the word cloud shown in Figure 6 emerges. Additionally, when the frequencies of the words are assessed, the frequency distribution presented in Figure 7 becomes apparent.

Figure 6. Word Cloud Related to Topic-2 as a Result of the Analysis of Documents



The word cloud, generated based on the lexicon of the sources related to Topic 2, is presented in Figure 6. It is evident that the size of each word in the cloud reflects its frequency of occurrence in the dataset. Upon analyzing the word cloud, the term "cell" is identified as the most frequent, followed by "SCLC", "stem," and "exosomes," in that order. Additionally, Figure 7 displays the 20 most frequent words for Topic 2, providing further insight into the key terms and themes related to this topic.

Figure 7. 20 Words with the Highest Frequency Related to Topic 2



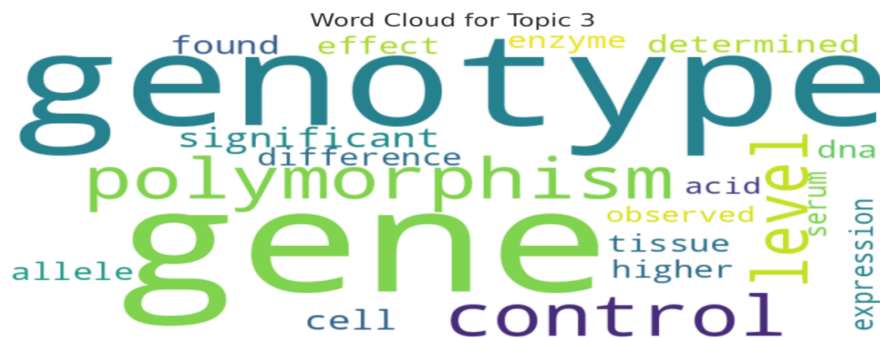
Upon examining Figure 7, the words are listed as follows: "cell," "SCLC", "stem," "exosomes," "EMT", "tumor," "early," "expression," "MA," "CT," "limited," "proliferation," "small," "contained," "phenotype," "mesenchymal," "protein," "disease," "immune," and "image." Additionally, the table presents the corresponding weights for each

word, which are determined based on their frequency values, offering further insight into the relative significance of each term within the topic.

3.3. Findings Related to Topic-3

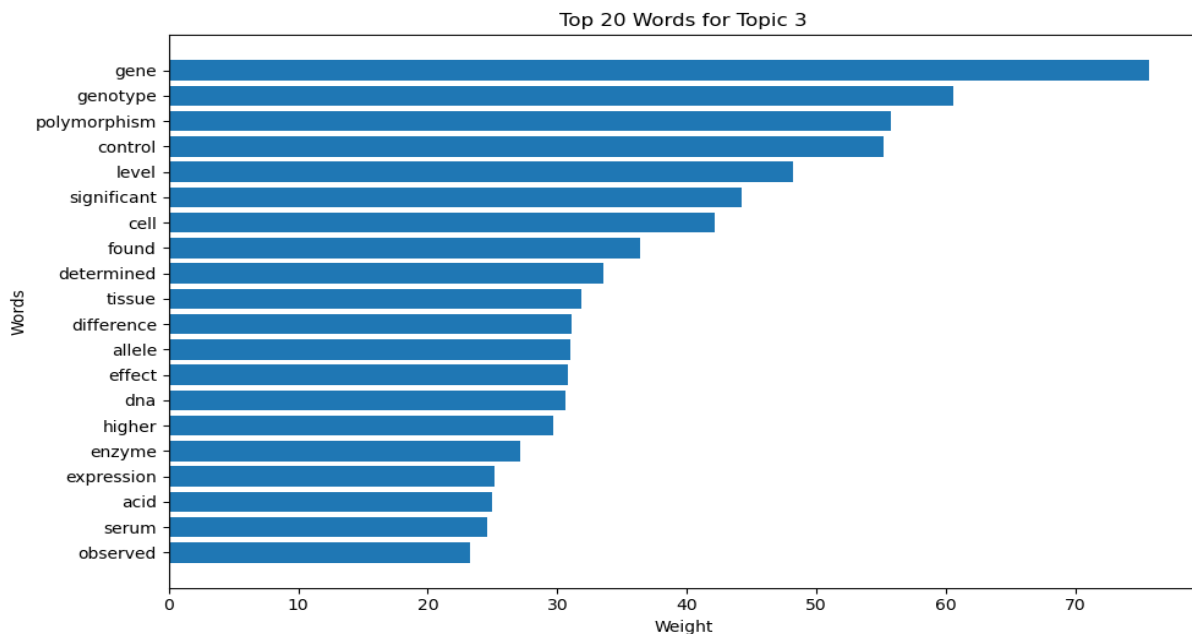
When the words addressed in Topic 3 are evaluated, the word cloud shown in Figure 8 emerges. Additionally, when the frequencies of the words are assessed, the frequency distribution presented in Figure 9 becomes apparent.

Figure 8. Word Cloud Related to Topic-3 as a Result of the Analysis of Documents



The word cloud, as determined by the lexicon of the sources defined for Topic-3, is illustrated in Figure 8. It is evident that the dimensions of the text are indicative of the frequency with which a word is used. When the word cloud in the figure is subjected to analysis, the word with the highest frequency is identified as "gene," i.e., the word "gene." Following the word "gene" are the words "genotype," "polymorphism," and "control," respectively. Furthermore, Figure 9 presents the 20 most frequently occurring words for Topic 3.

Figure 9. The 20 words with the highest frequency for Topic 3

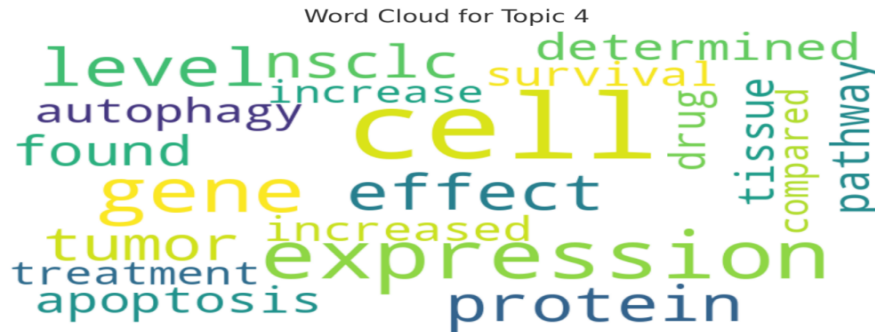


Upon examining the word frequencies in Figure 9, the words are ranked in the following order: "gene," "genotype," "polymorphism," "control," "level," "significant," "cell," "found," "determined," "tissue," "difference," "allele," "effect," "DNA," "higher," "enzyme," "expression," "acid," "serum," and "observed." The table also displays the weights of the words.

3.4. Findings Related to Topic-4

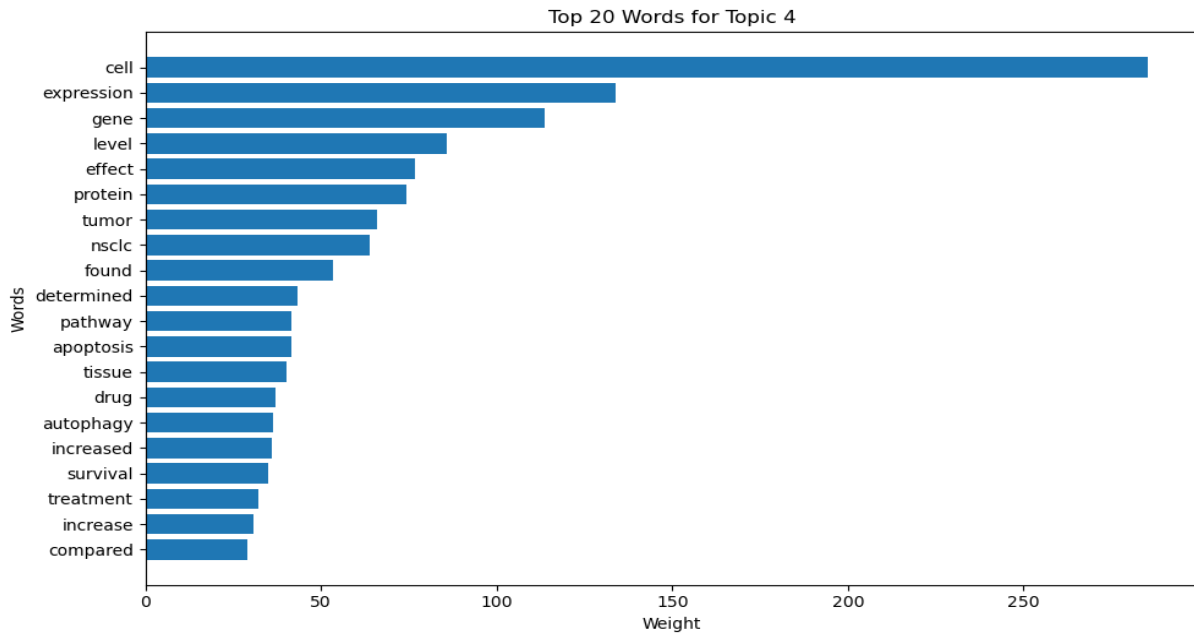
When the words addressed in Topic 4 are evaluated, the word cloud shown in Figure 10 emerges. Additionally, when the frequencies of the words are assessed, the frequency distribution presented in Figure 11 becomes apparent.

Figure 10. Word Cloud Related to Topic-4 as a Result of the Analysis of Documents



The word cloud, as determined by the lexicon of the sources defined for Topic 4, is illustrated in Figure 10. It is evident that the text size serves as an indicator of word frequency. A subsequent analysis of the word cloud in the figure reveals that the word with the highest frequency is "cell." Following the word "cell" are the words "expression," "gene," and "level," respectively. Furthermore, Figure 11 presents the 20 most frequently occurring words for Topic 4.

Figure 11. 20 Words with the Highest Frequency Related to Topic 4



Upon examining Figure 11 and analyzing the words related to Topic 4, the following ranking emerges: "cell," "expression," "gene," "level," "effect," "protein," "tumor," "NSCLC" (non-small cell lung cancer), "found," "determined," "pathway," "apoptosis," "tissue," "drug," "autophagy," "increased," "survival," "treatment," "increase," and "compared." The table also displays the weights of the words.

3.5. Findings Related to Topic-5

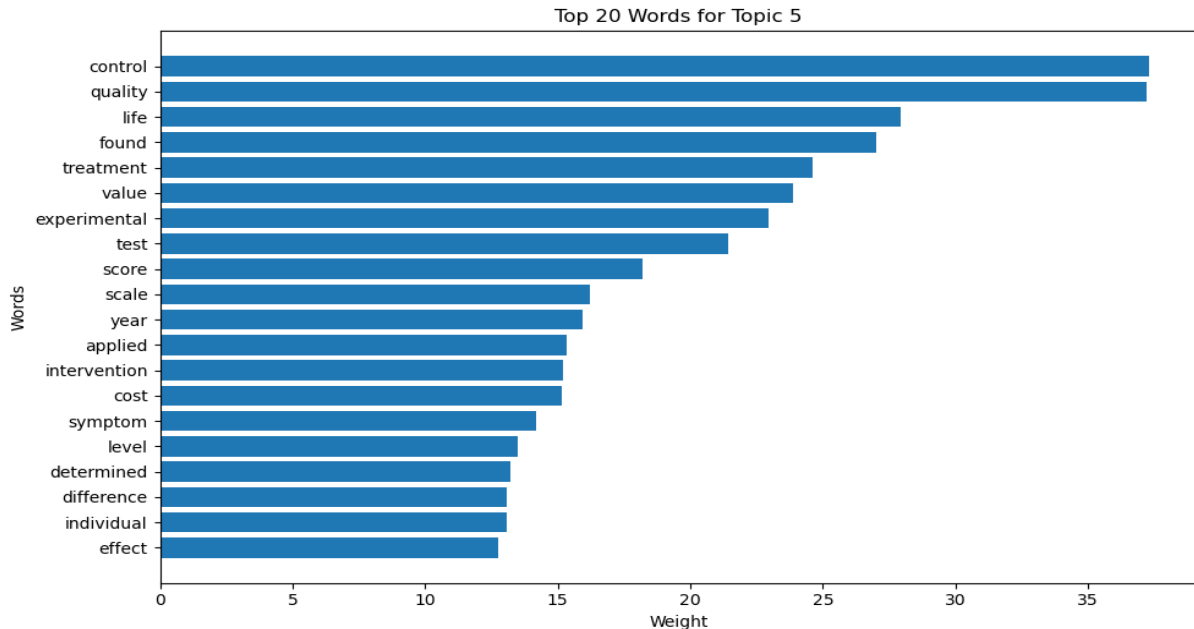
When the words addressed in Topic 5 are evaluated, the word cloud shown in Figure 12 emerges. Additionally, when the frequencies of the words are assessed, the frequency distribution presented in Figure 13 becomes apparent.

Figure 12. Word Cloud Related to Topic-5 as a Result of the Analysis of Documents



The word cloud, as determined by the lexicon of the sources defined for Topic 5, is illustrated in Figure 12. It is evident that the text size serves as an indicator of word frequency. A subsequent analysis of the word cloud reveals that the word with the highest frequency is "control." The words 'quality,' 'life,' and 'found' follow 'control' in terms of frequency. Furthermore, Figure 13 presents the results of the 20 words with the highest frequency for Topic 5.

Figure 13. 20 Words with the Highest Frequency Related to Topic 5



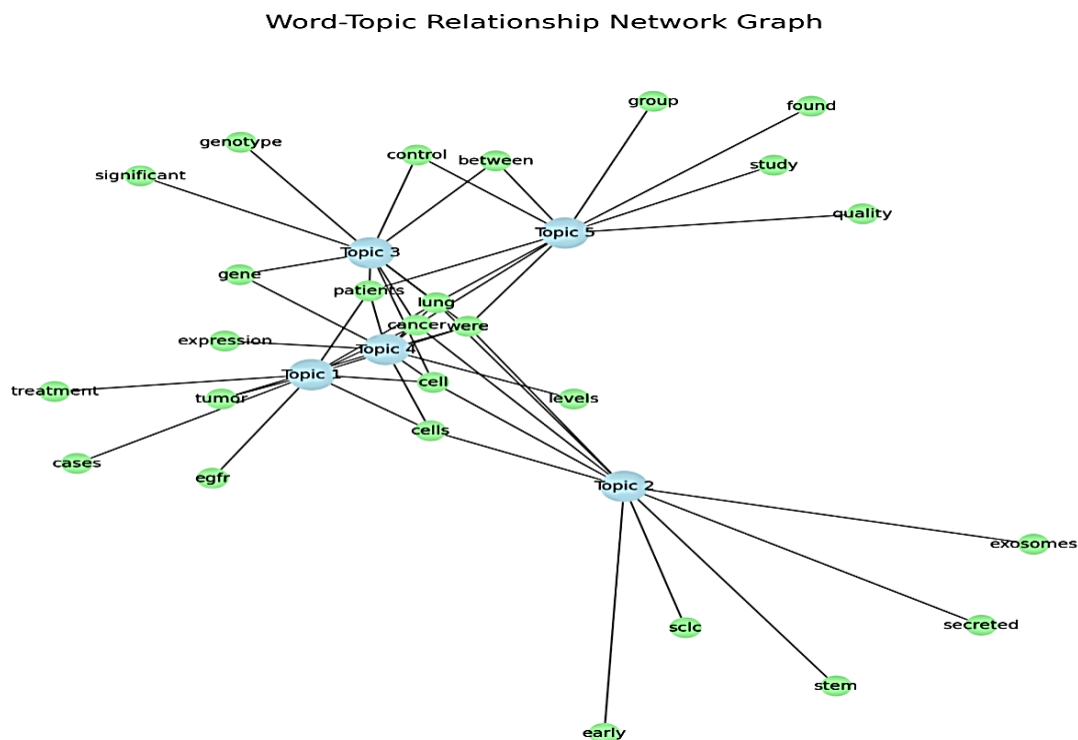
Upon examining Figure 13, the words listed in the table are ranked as follows: "control," "quality," "life," "found," "treatment," "value," "experimental," "test," "score," "scale," "year," "applied," "intervention," "cost," "symptom," "level," "determined," "difference," "individual," and "effect." The table also displays the weights of the words.

A close examination of the highest-frequency words in Topic 5 reveals the prominence of the terms "control," "quality," and "life." This finding suggests a direct correlation between the topic and health management, with a particular emphasis on health-related quality of life (HRQoL) and disease control. Such terms are congruent with health management objectives, including the monitoring of clinical outcomes, the evaluation of treatment effectiveness, and the improvement of care processes. Moreover, the repeated utilisation of the term "found"

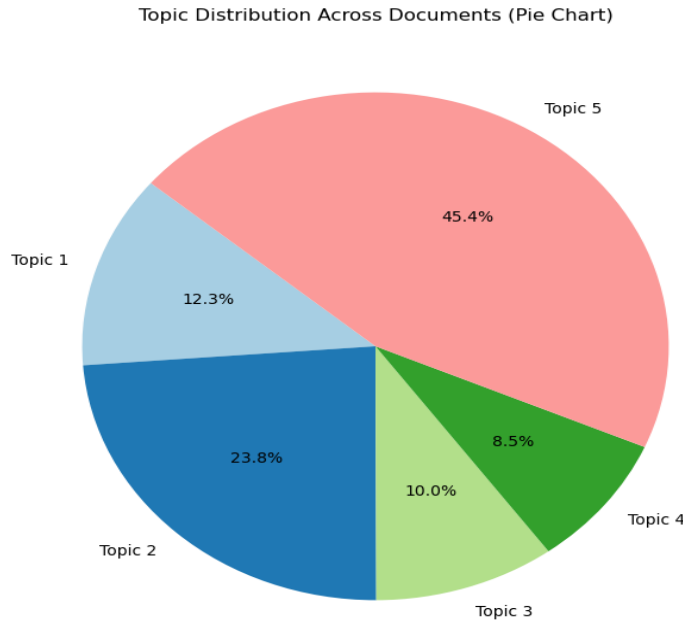
signifies that this subject is being approached within the framework of research findings and evidence-based assessments as presented in theses. Consequently, Topic 5 exhibits a notable correlation with policies and methodologies for evaluating patient care quality and healthcare performance.

To examine the relationships between the five topics used in the study, a word-topic relationship network was analyzed using a software package. The resulting graph of the word-topic relationship network is presented in detail in Figure 13.

Figure 14. Word-Subject Relationship Network Graphic for Documents



Word-topic relationship network graphs are employed to visually represent the connections between different topics and the associated keywords in text mining analysis. Based on the word-topic relationship network, Topic-4 occupies a central position with the strongest connections to other topics. This centrality can be attributed to the presence of key terms such as "gene," "expression," and "cell" within Topic-4, which are shared across multiple topics. In contrast, Topics 1 and 2 exhibit relatively weaker interconnections, though their focus on more specialized areas within their respective domains is notable. For example, terms like "scic" and "exosomes" play a prominent role in shaping the content of these topics. Further analysis of the word-subject relationship network highlights a strong association between the word "cell" and both Topics 1 and 4, suggesting that these topics are largely centered around biological themes. Additionally, the terms "cancer" and "lung" reinforce the concentration of cancer-related themes within Topic-4. Meanwhile, the terms "quality" and "found" suggest that Topic-5 is primarily concerned with issues surrounding the quality of life and overall health. The central positioning of Topic-4, along with its ability to attract numerous keywords and links, emphasizes its key role in the network, whereas the other topics are more focused on distinct and specialized areas.

Figure 15. Percentage of Subject Distribution Among Documents

When the distribution percentages of the topics across the documents are analyzed in Figure 15, it is observed that Topic 1 represents 12.3%, Topic 2 represents 23.8%, Topic 3 represents 10%, Topic 4 represents 8.5%, and Topic 5 represents 45.4%. This distribution suggests that while Topic 5 is the dominant theme, other topics are also represented in the text.

4. DISCUSSION AND CONCLUSION

The results of this study are anticipated to serve as a valuable reference for students and thesis supervisors in the selection of future thesis topics and the identification of distinctive topics. The application of Latent Dirichlet Allocation (LDA) facilitates the identification of key topics and contributes to evidence-based studies.

A review of the abstracts of the theses indicates that topic modeling with Latent Dirichlet Allocation (LDA) analysis is an effective method for identifying the topics that are frequently discussed in the theses. The analysis yielded an optimal model comprising five topics. The analysis of the five topics identified reveals that Topic 1 focuses on "Treatment Approaches Based on Genetic Variations of Cancer." The second topic pertains to the "Biological Structure of Lung Cancer Cells," the third topic addresses the "Genetic Basis of Lung Cancer," the fourth topic is about the "Physiopathological Processes of Lung Cancer" and the fifth topic is related to the "Treatment Process of Lung Cancer and Its Impact on Quality of Life." The identification of these topics is predicated on the statistical analysis of frequently mentioned words across all identified topics. A comparison of the number of documents related to each topic reveals that the topic 'Treatment Process of Lung Cancer and its Impact on Quality of Life' dominated the discussions of the doctoral theses analyzed in the study. Future endeavors must focus on refining the model by extracting additional thesis abstracts and leveraging interpretable artificial intelligence methods to enhance the model's predictions. A comparative analysis of LDA with other topic modeling methods could provide further insights.

The prominent topics in doctoral theses are separated by LDA analysis. The LDA approach was employed to examine all theses on lung cancer in the National Thesis Centre database of the Council of Higher Education (YÖK). The analysis yielded five distinct topics and keywords related to each topic. The topics were assigned word names, with keywords given priority. The keywords within these topics were then subjected to a thorough evaluation by the researchers, who classified them into relevant headings and conducted quantitative analyses. The analysis of the subject summaries of the doctoral theses on the YÖK-TEZ website revealed five predominant themes. The planning of the subject status and objectives of the documents revealed values of 0.21 in Topic 1, "0.07" in Topic 2, "0.21" in Topic 3, "0.38" in Topic 4, and 0.11 in Topic 5.

The analysis of the five identified topics reveals that Topic 1 focuses on "*Treatment Approaches Based on Genetic Variations of Cancer*". In this context, the doctoral theses "Investigation of Oncogene Changes in Peripheral Blood cfDNA Specimens After First-Line Therapy of Lung Adenocarcinoma Patients" and "Investigation of the Effect of EGFR on PD-L1 and Related Pathways in Non-Small Cell Lung Cancer Cells" serve as concrete exemplars representing genetically based treatment approaches. The second topic, entitled "*Biological Structure of Lung Cancer Cells*" is clearly related to the field, as demonstrated by the following papers: "The Role of HGF/c-Met Signal Transduction Pathway in Non-Small Cell Lung Cancer" and "Investigation of Expression and Methylation Profiles of KIFC1 Protein in Patients with Lung Cancer." The third topic focuses on the "*Genetic Basis of Lung Cancer*" and is illustrated by "Critical Gene Variants Related to PD-1/PD-L1 Signal Path in Non-Small Cell Lung Cancer and Investigation of Related Gene" and "Wide-Spectrum Analysis of KRAS and NRAS Mutations in Lung Cancers." The fourth topic focuses on the "*Physiopathological Processes of Lung Cancer*" and includes two case studies. The first is entitled "The Effect of CXCL7-Mediated Neutrophil Infiltration on Tumor Progression and Immunology in an Experimental Lung Adenocarcinoma Model", and the second is entitled "Investigation of Non-Small Cell Lung Cancer Patient Samples Using Advanced Proteomic Analysis Methods". Finally, Topic 5 addresses the "*Treatment Process of Lung Cancer and Its Impact on Quality of Life*" with "Cost Effectiveness Analysis of Pemetrexed and Gemcitabine Treatment for Advanced Non-Small Cell Lung Cancer in Türkiye" and "The Effect of Acupressure on Quality of Life and Dyspnea Level of Patients with Lung Cancer" serving as typical examples. The identification of these subjects is founded upon a statistical analysis of frequently occurring keywords within each theme. The sample thesis titles demonstrate that the themes derived from LDA align closely with the actual research focus.

The findings of this study, which identified five thematic clusters in Turkish doctoral theses on lung cancer using Latent Dirichlet Allocation (LDA), are consistent with prior applications of topic modelling in health-related domains. In a manner analogous to Altıntaş et al. (2021), who implemented LDA to analyse cancer-related discourse on social media, the present study demonstrates the efficacy of the method in systematically extracting predominant thematic domains. However, in contrast to the short-form user-generated texts utilised in their study, the present analysis employed long-form, peer-reviewed doctoral theses. This methodological difference ensures a more robust and nuanced thematic structure, along with more stable topic distributions.

In the context of bibliometric research, studies such as Ekinci et al. (2020) have employed LDA on large-scale biomedical literature to reveal emerging themes in medical research. The findings of this study are consistent with those of previous research in demonstrating the capacity of LDA to identify thematic trends. However, the present study's emphasis on lung cancer in the Turkish doctoral thesis corpus addresses a lacuna in national-level thematic mapping. To date, bibliometric studies have predominantly focused on journal articles or international corpora.

Moreover, the predominance of Topic 5: Treatment Process and Its Impact on Quality of Life is in alignment with qualitative studies in oncology (Schellekens, 2017; Criswell, 2012), which underscore the significance of symptom management, patient-centred care, and psychosocial well-being as pivotal elements of lung cancer care. This thematic overlap indicates that the results of LDA topic modelling on academic theses demonstrate parallels with the key concerns identified in qualitative studies on patient experience. This shows that there is convergence of findings, even though the present study did not conduct qualitative interviews directly.

From a methodological standpoint, while Van Nieuwenhove (2017) highlighted stability and parameter sensitivity as limitations of LDA, this study mitigated such concerns through parameter tuning, consistency checking, and expert validation of topic labels. Nevertheless, future work could incorporate alternative models (e.g., Labeled LDA, NMF) for comparison, thereby aligning with recommendations from previous comparative topic modelling research.

In conclusion, this research validates LDA as a tool for thematic extraction in long-form academic texts and also bridges computational text mining with insights typically emerging from qualitative oncology studies. It contributes a novel, nationally focused bibliometric perspective to the lung cancer literature.

A thorough analysis of the initial four subjects reveals that the research on lung cancer is predominantly clinical and medical in nature, with findings being interpreted within the medical context. In Topic 5, the future is predicted in the field of Health Management and Health Economics, where there are mainly general findings. The utilization of keywords related to emerging topics facilitates the direction of research towards the "Treatment Process of Lung Cancer and the Effect of Quality of Life," as evidenced by the most cited research published at both the national

and international levels. A more thorough examination of the keywords "control, quality, life, cost, cost, found, treatment, value" in lung cancer under Topic 5 illuminates the focal points within the domain of Health Economics. A close examination of these keywords reveals that Topic 5 encompasses a range of themes, including quality of life measurements, diagnosis and treatment processes, cost effectiveness, and general health. Consequently, countries can identify solutions and health policies for health economics and health technology assessment (HTA) by leveraging these keywords.

LDA analysis facilitates the comparison of articles and studies from disparate databases (e.g., PubMed, Scopus, Web of Science, etc.). In accordance with the aforementioned analyses, the subject density of field theses conducted in Türkiye can be ascertained. This analysis can serve as a guide for researchers in selecting suitable topics. In this context, effective inferences can be made by determining the importance levels of the labels emerging in the LDA. Additionally, the following topics may be suggested for future research and evaluations related to the subject:

- ***In-Depth Analysis of the Distribution of Topics in Theses:*** Future studies may involve a detailed examination of the topics and subtopics of doctoral theses on lung cancer. The areas where topics are most concentrated (such as genetics, treatment methods, quality of life, biomarkers, etc.) can be analyzed, highlighting how these areas align with current research trends. This can help identify gaps in the field for future research.
- ***Exploring the Connections Between Treatment Methods and Molecular Research:*** Research could be conducted to investigate the frequency of studies related to lung cancer treatment methods (such as surgery, chemotherapy, immunotherapy, etc.) in doctoral theses in Türkiye. Furthermore, numerical analyses of theses focused on molecular-level research, genetic mutations, and biomarkers could be undertaken. This would provide insight into which treatment methods are more extensively researched and which genetic targets are emphasized.
- ***Research on Social and Psychological Aspects:*** Studies could be carried out to increase research on the social and psychological dimensions of lung cancer. In addition to biological and treatment-focused research, it is important to include studies related to patients' quality of life, psychological conditions, and societal impacts in doctoral theses. Increasing the number of theses on these topics would allow for a more holistic approach to patient care.
- ***Developing Data Mining and Text Analysis Methods:*** Further work could be done to improve text mining and topic modeling methods used in the analysis of doctoral theses on lung cancer. A more detailed examination of these techniques, such as how they can be used to conduct in-depth analyses of research and enhance the reliability and validity of research outcomes, would be beneficial.
- ***Comparisons with National and International Literature:*** A comparison could be made between doctoral theses on lung cancer in Türkiye and similar studies in the international literature. This would help assess the position of Turkish research within the global context. Additionally, it would be possible to draw conclusions about how factors unique to Türkiye, such as geographical, cultural, or health system-specific factors, play a role in the content of these theses.
- ***Research on Educational and Policy Recommendations:*** Based on the findings of research derived from doctoral theses in Türkiye, suggestions could be made regarding healthcare policies and educational programs. For instance, recommendations could be developed to increase government funding for lung cancer research, strengthen scholarships, and enhance project support for doctoral students.
- ***Establishing Directions for Future Research:*** Drawing from the findings of doctoral theses on lung cancer in Türkiye, recommendations could be made on which research areas should be prioritized in the future. For example, more research could be emphasized on new treatment methods, the integration of biomarkers into clinical applications, genetic analyses, and personalized treatment planning.
- ***Promoting Multidisciplinary Research:*** It could be suggested to further diversify doctoral theses on lung cancer through interdisciplinary approaches encompassing biological, clinical, social, and psychological fields. The importance of a multidisciplinary approach in the treatment process of cancer could be highlighted, and evidence could be presented showing how this approach has positive effects on patients' overall well-being.

DECLARATION OF THE AUTHORS

Declaration of Contribution Rate: The authors have equal contributions.

Declaration of Support and Thanksgiving: No support is taken from any institution or organization.

Declaration of Conflict: There is no potential conflict of interest in the study.

REFERENCES

- Altıntaş, V., Albayrak, M., & Topal, K. (2021). Kanser hastalığı ile ilgili paylaşımlar için dirichlet ayrımı ile gizli konu modelleme. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 36(4), 2183-2196.
- Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3(Jan), 993-1022.
- Boyd-Graber, J., Hu, Y., & Mimno, D. (2017). Applications of topic models. *Foundations and Trends® in Information Retrieval*, 11(2-3), 143-296.
- Budak, İ. (2024). Labeling of European environment agency waste and recycling reports with LDA analysis. In *Technical landfills and waste management: Volume 2: Municipal solid waste management* (p. 285-294). Springer Nature Switzerland.
- Criswell, K. R. (2012). *A qualitative study of psychosocial needs for individuals with lung cancer*. [Doctoral Dissertation]. Loma Linda University.
- Ekinci, E., Omurca, S. İ., Kırık, E., & Taşçı, Ş. (2020). Tıp veri kümesi için gizli dirichlet ayrımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi*, 22(64), 67-80.
- Fadaka, A., Ajiboye, B., Ojo, O., Adewale, O., Olayide, I., & Emuowhochere, R. (2017). Biology of glucose metabolism in cancer cells. *Journal of Oncological Sciences*, 3(2), 45-51.
- Feldman, R. & Sanger J. (2007). *Text mining handbook*. Cambridge University Press.
- Gridelli, C., Rossi, A., Carbone, D. P., Guarize, J., Karachaliou, N., Mok, T., ... & Rosell, R. (2015). Non-small-cell lung cancer. *Nature Reviews Disease Primers*, 1(1), 1-16.
- Güneş, A., & Yıldırım, B. (2022). *Eğitimde metin madenciliği ve uygulamaları*. Eğitim Yayınevi.
- Hearst, M. A. (1999). Untangling text data mining. In *Proceedings of the 37th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics* (p. 3-10). <https://aclanthology.org/P99-1001.pdf>
- Hoy, H., Lynch, T., & Beck, M. (2019). Surgical treatment of lung cancer. *Critical Care Nursing Clinics*, 31(3), 303-313.
- Karakuş, L. (2021). *Eğitimde Metin Madenciliği: Türkçe metinlerde sözlük tabanlı duygu analizi*. [Master's Thesis]. Akdeniz Üniversitesi.
- Kennedy, K., Hulbert, A., Pasquinelli, M., & Feldman, L. E. (2022). Impact of CT screening in lung cancer: Scientific Evidence and Literature Review. In *Seminars in Oncology* (p. 198-205). WB Saunders
- Maier, D., Waldherr, A., Miltner, P., Wiedemann, G., Niekler, A., Keinert, A., ... & Adam, S. (2018). Applying LDA topic modeling. In *Computational methods for communication science* (p. 13-38). Routledge.
- Minna, J. D., Roth, J. A., & Gazdar, A. F. (2002). Focus on lung cancer. *Cancer cell*, 1(1), 49-52.

- Morgan, D. L. (1996). *Focus groups as qualitative research*. Sage Publications.
- Nasution, M. K. (2017). *Penelaahan literatur*. Teknik Penulisan Karya Ilmiah.
- Schellekens, M. P. J. (2017). *Psychological distress in lung cancer: Mindfulness-based stress reduction for patients and partners*. [Doctoral Dissertation]. Utrecht University.
- Sugiantoro, B., Humam, A. I., Fitriyani, N. L., Alfian, G., Maarif, M. R., & Syafrudin, M. (2023). *Utilizing latent dirichlet allocation for analyzing topics in undergraduate theses*. In 2023 10th International Conference on Information Technology, Computer, and Electrical Engineering (ICITACEE) (pp. 121 -126). IEEE.
- Van Nieuwenhove, Z. (2017). *Analysis of latent dirichlet allocation* [Ph.D. Dissertation]. Tilburg University.
- Yeşilmen, S. (2024). *Synthesis of dye-conjugated PD-L1 targeted peptides for use in PET/CT in diagnosis of lung cancer* [Master's Thesis]. İstanbul Technical Üniversitesi.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

TÜRK SAĞLIK FİNANSMAN SİSTEMİNE YÖNELİK PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ VE ÖNERİLERİ*

STAKEHOLDER OPINIONS AND RECOMMENDATIONS ON THE TÜRKİYE HEALTH FINANCING SYSTEM

Arş. Gör. Ebrar ULUSINAN ÇUBUKÇU¹

Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT²

ÖZ

Çalışmanın amacı; Türk sağlık finansman sistemine yönelik paydaş görüşlerini almak ve alınan görüşler doğrultusunda öneriler geliştirmektir. Bu amaca ulaşabilmek adına nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Sektörde rol oynayan paydaşlar ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve elde edilen veriler NVivo programı kullanılarak içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda, 'güçlü yönler', 'zayıf yönler' ve 'geliştirilebilecek yönler' olmak üzere toplam üç tema ve 22 kategori oluşturulmuştur. Türk sağlık finansman sistemine yönelik en sık dile getirilen güçlü yön erişim ve hakkaniyet olmuştur. Ödeme yöntemleri ile sürdürülebilirlik kategorileri zayıf yönler teması altında vurgulanarak sisteme olan dezavantajları tartışılmıştır. Geliştirilebilecek yönler teması altında finansman sistemine yönelik öneriler sunulmuş ve en çok vurgulanan kategoriler toplanan fonun artırılması, vatandaş bilincinin artırılması ve geri ödeme yöntemlerine yönelik düzenlemeler olmuştur. Çalışmanın neticesinde daha güçlü bir finansman sistemi için katkı paylarında ve prim ödemelerinde artış, sevk zincirinin geliştirilmesi, biyomedikal ürünlerde yerli üretimin önemi ve sağlık hizmetlerinin kullanımında vatandaşların bilinçlendirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Sağlık Finansman Sistemi, Sürdürülebilirlik, Hakkaniyet, Erişim, Verimlilik.

JEL Sınıflandırma Kodları: I13, I18, H51, G22.

ABSTRACT

The purpose of the study is to gather the opinions of stakeholders on the Türkiye health financing system and to formulate recommendations based on these perspectives. To achieve this aim, a qualitative research design is adopted. Semi-structured interviews are conducted with stakeholders playing roles in the sector, and the obtained data are subjected to content analysis using the NVivo software. As a result of the analysis, three main themes and 22 categories emerge: 'strengths,' 'weaknesses,' and 'areas for improvement'. The most frequently mentioned strengths of the Türkiye health financing system are access and equity. The categories of payment methods and sustainability are highlighted under the weaknesses theme, discussing their disadvantages to the system. Under the areas for improvement theme, recommendations for enhancing the financing system are presented. The most emphasized categories included increasing the amount of funds collected, improving public awareness, and adjusting reimbursement methods. The study concludes that, in order to strengthen the financing system, it is essential to increase co-payments and premiums, improve the referral chain, emphasize the importance of domestic production of biomedical products, and raise public awareness about the appropriate use of health services.

Keywords: Türkiye Health Financing System, Sustainability, Equity, Access, Efficiency.

JEL Classification Codes: I13, I18, H51, G22

* Bu çalışma Mahmut AKBOLAT danışmanlığında Ebrar ULUSINAN ÇUBUKÇU tarafından hazırlanan ve 07.06.2021 tarihinde savunulan "Türk Sağlık Finansman Sisteminin Mevcut Durumu Nedir ve Nasıl Geliştirilebilir? Sektör Aktörleri Üzerine Bir Çalışma" başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanarak hazırlanmıştır. Çalışma için Sakarya Üniversitesi Etik Kurulundan E-61923333-050.99-29 sayılı ve 09.12.2020 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, ebrar.ulusinan1@ogr.sakarya.edu.tr

²  Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, makbolat@sakarya.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Health financing is a crucial component that determines individuals' and societies' access to healthcare services and ensures the sustainability of the system. For the successful implementation of the health financing system, it is important that health service stakeholders such as policy-makers, practitioners, non-governmental organizations, private health institutions, and insurance managers actively participate in the process and their opinions are taken into account. In this sense, determining stakeholder perceptions and opinions provides a valuable guide for future steps to be taken by policy-makers in health services. In this context, the main purpose of the study is to examine stakeholder views on the Türkiye health financing system and to guide policy-makers by suggesting feasible solutions in line with these views. The study incorporates the views of stakeholders with direct and indirect influence on Türkiye health financing system, including hospital managers, private health insurance executives, Social Security Institution (SSI) officials, and members of parliament. By evaluating the strengths and weaknesses of the system, the study aims to develop practical and applicable solutions for improvement.

Design/methodology/approach:

Existing research on healthcare financing highlights the effectiveness of qualitative methods in producing in-depth and multi-dimensional analyses. In this regard, the study is designed using a qualitative research approach, and in-depth interviews are conducted with different stakeholders in the sector. A semi-structured interview form, developed based on the relevant literature, is used as the data collection tool. The opinions of four academicians are obtained regarding the suitability of the research form, and necessary revisions are made. Additionally, pilot interviews are conducted before the main research to ensure clarity and applicability of the questions. Since the study is a qualitative research, sample selection is carried out in two stages. Firstly, the qualifications of the people who would participate in the study are determined using the purposive sampling method. The sample group of the study consists of stakeholders in various components of the health financing system in Türkiye. Interviews are conducted with managers, insurance representatives, health policy makers and health service providers who play a role in decision-making processes. The second stage focused on determining the sample size. In the study, the sample size is determined according to the data saturation principle. In this context, interviews are conducted with a total of 19 participants who are currently active in the sector. Data collected through audio recordings and notes are transcribed into Word documents and subsequently analyzed using the NVivo software. The study employs summative content analysis, an inductive approach that examines the meanings of words and concepts within the data.

Findings:

As a result of the analysis of the data obtained from the interviews with the participants, 3 themes and 22 categories are created, namely 'strengths,' 'weaknesses,' and 'areas for improvement'. The strengths of Türkiye health financing system include access, equity, the state's role as a key provider, low co-payments, and reimbursement mechanisms. The themes of access and equity stand out as the strongest aspects of the system. Regarding weaknesses, participants highlight several key challenges in Türkiye health financing system. These include insufficient updates to Health Implementation Circular prices, fluctuations in exchange rates, and the financial strain caused by increasing healthcare costs. Additionally, there are criticisms that easy access to health services may lead to overutilization, and that the low individual financial contribution to healthcare poses a threat to the system's sustainability. Various recommendations are proposed to address the weaknesses and enhance the strengths of Türkiye health financing system. These suggestions cover a wide range of topics, from increasing funds to awareness-raising activities, from regulating private sector contributions to supporting domestic production. Participants' views reveal the need not only to strengthen the existing structure but also to develop innovative and long-term solutions for a sustainable financing system.

Conclusion and Discussion:

The findings of the study underscore several key aspects of healthcare policy. While enhancing access and equity are among the most notable achievements of Türkiye health financing system, challenges related to financial sustainability and reimbursement mechanisms suggest the need for significant reforms. One of the main recommendations is revising co-payment policies to ensure a balance between accessibility and financial responsibility. Implementing a referral-based contribution system could help mitigate unnecessary healthcare utilization while alleviating the financial burden on public resources. The findings of the study show that individuals do not use primary care services effectively. This situation increases unnecessary health expenditures and weakens financial sustainability. Therefore, increasing awareness of primary health care services and restructuring the referral chain are critical to maintaining the financial balance of the health system. In addition, early diagnosis can reduce financial burden and improve sustainability. Another key issue frequently raised by participants was the inadequacy of Health Implementation Circular price adjustments. The lack of regular updates to these prices has led to financial difficulties for hospitals, prompting them to seek additional out-of-pocket payments from patients. In private healthcare institutions, this situation has resulted in higher unofficial fees, thereby restricting access to private healthcare. To solve this problem, it is recommended that public and private sector representatives be included in the commission that determines the Health Implementation Communiqué prices. Moreover, price updates should be conducted periodically, taking into account changes in producer price index (PPI), consumer price index (CPI), exchange rates, minimum wage adjustments, and civil servant salary coefficients. Although Türkiye health financing system has achieved significant success in terms of access to health services with its comprehensive and centralized structure, it has aspects that need to be improved in terms of sustainability and efficiency. It is thought that Türkiye experience in health financing may serve as an example to other countries in the future, and the difficulties encountered may serve as a lesson for many countries.

1. GİRİŞ

Geçtiğimiz yüzyılda antibiyotiklerden aşılar, organ naklinden robotik cerrahiye kadar bir dizi ilerleme kaydedilmiş ve geçmiş nesiller için ölümcül olan pek çok hastalık ilerleyen tanı ve tedavi yöntemleri yardımıyla sorun olmaktan çıkmıştır (World Economic Forum, 2012, s. 5). Sağlık hizmetlerinde mühim gelişmeler olması bir yana bu imkanlar herkes için ulaşılabilir değildir. Sağlık hizmetlerine erişim konusu dünya nüfusunun önemli bir bölümü için hala problem olmayı sürdürmektedir. Nitekim yapılan çalışmalar küresel nüfusun yarısının temel ve yeterli sağlık hizmetlerine erişemediğini ve her yıl çok sayıda hanenin cepten ödemeler sebebiyle yoksulluğa sürüklendiğini göstermektedir (Shrime vd., 2015; WB [World Bank] ve WHO [World Health Organization], 2017). Yıkıcı sağlık harcamaları yükünün, düşük ve orta gelirli ülkelerde daha yüksek olduğu görülmektedir. Sağlık hizmetlerindeki eşitsizlikler sadece ülkeler arasında değil ülke içinde de görülmekte ve düşük gelirli bireyler, kırsal bölgelerde yaşayanlar, yaşlılar ve kronik hastalığı olanlar gibi dezavantajlı nüfus gruplarını etkilemektedir (WHO, 2010; Shrime vd., 2015; WB ve WHO, 2017).

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 2000 yılı raporunda erişim engellerinin önüne geçebilmek için sağlık sistemlerinde adil finansmanın önemini vurgulamıştır. Söz konusu rapor; bireylerin ihtiyaç duyduğu sağlık hizmetlerini karşılarken yoksullaştığı veya yüksek maliyetler nedeniyle ihtiyaç duyduğu sağlık hizmetini alamadığı bir sağlık sisteminin adaletsiz olduğunu belirtmektedir. DSÖ evrensel sağlık sigortasını; toplumdaki herkesin ihtiyaç duyduğu koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici ve palyatif sağlık hizmetlerini yeterli kalitede ve etkili şekilde kullanabilmesi ve aynı zamanda oluşabilecek risklere karşı güvence sağlaması olarak ifade etmektedir. Adil bir finansmana ulaşmanın en önemli bileşenlerinden birisi olan evrensel sağlık sigortası, 2015 yılında Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri arasında yer alması ile birlikte giderek artan bir ilgi görmektedir (Grépin vd., 2020).

Herkes için erişilebilir bir sağlık sistemine ulaşmak ortak hedef olmasına karşın kısıtlı mali kaynaklar sürdürülebilirlik endişesini de beraberinde getirmektedir. “Bir sağlık sisteminin kaynaklarındaki artışın, sağlık harcamalarındaki artışa eşit veya daha büyük olması” olarak tanımlanabilen finansal sürdürülebilirlik (Balcı ve Kurt Gümü, 2021, s. 61), dünyanın her yerinde giderek tartışılan bir konu haline gelmiştir (Sammour vd., 2020). Tıbbi gelişmeler ile yaşam beklentisinin artması, değişen yaşam tarzları ile birlikte hastalık yapılarının değişmesi, yeni ve pahalı teknolojilerin daha fazla kullanılması, nüfusun yaşlanması ve kronik hastalıkların artması, mali krizler ve pandemiler sağlık harcamalarını ve sürdürülebilirlik endişelerini arttırmaktadır (Sammour vd., 2020; Šimović vd., 2021; Eriçok, 2023, s. 110). Nitekim son 60 yılda OECD ülkelerinin çoğunda sağlık harcamalarındaki artışın ülkedeki ekonomik büyümeyi geride bıraktığı görülmektedir (World Economic Forum, 2012, s. 6). Bahsi geçen ülkelerin finansmanının büyük çoğunluğunun kamu kaynaklarından sağlandığı göz önüne alındığında, sağlık harcamalarındaki yükseliş sürdürülebilirlik konusundaki endişeleri de arttırmaktadır (Lorenzoni vd., 2019: 7).

Dünya genelinde sağlık hizmetlerinin finansmanında Beveridge ve Bismarck olmak üzere temelde iki model bulunmaktadır. Beveridge modeli, sağlık hizmetlerinin kamu tarafından sunulduğu ve vergiler ile finanse edildiği bir yapıyı ifade etmektedir. Bismarck modeli, hizmetlerin hem kamu hem özel sektör tarafından sunulabildiği zorunlu sosyal sigorta primi esasına dayanmaktadır (Alfaro vd., 2021, s. 2; Kozuñ-Cieślak ve Zdrazil, 2021, s. 400-401). Türkiye'nin sağlık hizmetleri finansman sistemine bakıldığında her iki yöntemi de barındıran karma bir yapıya sahip olduğu ve adil ve sürdürülebilir bir finansman sistemine ulaşabilmek için önemli çaba ve değişim gösterdiği görülmektedir. Özellikle Sağlıkta Dönüşüm Programı (SDP) ile birlikte 5502 Sayılı Kanun'la Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı kurularak Esnaf ve Sanatkarlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu, Emekli Sandığı, Sosyal Sigortalar Kurumu ve Yeşil Kart gibi farklı sosyal güvenlik kurumları tek çatı altında birleştirilmiştir. Bu reformla birlikte sürdürülebilir bir sosyal güvenlik sistemi oluşturulması ve genel sağlık sigortasının kurulması amaçlanmıştır. 2006 yılında kabul edilen 5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ile bu amaç doğrultusunda adımlar atılmıştır. 2012 yılında yeşil kart ödemelerinin Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) bünyesine dahil edilmesi ile Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu tam olarak uygulanmaya başlanmıştır. Genel Sağlık Sigortası (GSS), primler, devlet katkıları ve katkı payları gibi üç temel mekanizma tarafından finanse edilmektedir (Şantaş ve Çıraklı, 2019, s. 17). Türkiye'de GSS vatandaşların %99'unu kapsama almaktadır (Sosyal Güvenlik Kurumu [SGK], 2023). Sağlık hizmetlerine ulaşımın kolaylaşması, sağlık hizmetlerine müracaat sayısını ve sağlık harcamalarındaki artışı da beraberinde getirmiştir (Tatar, 2011, s. 131; Türkiye İstatistik Kurumu, 2023; SGK, 2024). Neticede sağlık hizmetlerine erişimi zarara uğratmadan sürdürülebilirliği sağlama konusu dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de tartışma konusu olmuştur. Bahsi geçen konular doğrultusunda Türkiye'deki sağlık hizmetleri finansmanı ile ilgili ikincil verilerin kullanıldığı (Koçkaya vd., 2021; Attila ve Gülay, 2022; Şahin ve Cezlan, 2023) veya uzman görüşlerinin alındığı

(Özer ve Yıldırım, 2016; Balcı ve Kurt Gümüş, 2021) çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ancak, genel bir bakış açısı ile sektör aktörlerinin görüşlerini inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır.

Sağlık finansman sisteminin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için politika yapıcılar, uygulayıcılar, sivil toplum örgütleri, özel sağlık kuruluşları ve sigorta yöneticileri gibi sağlık hizmetleri paydaşlarının sürece aktif katılımı ve görüşlerinin dikkate alınması önem taşımaktadır (Afriyie vd., 2021; Ganza, 2022). Bu anlamda paydaş algılarının ve görüşlerinin belirlenmesi, sağlık hizmetlerinde politika yapıcılar için gelecekte atılacak adımlara yönelik önemli bir rehber işlevi görmektedir (Zeng, 2017; Abuya, 2018). Bu doğrultuda, çalışmada Türkiye'nin sağlık hizmetleri finansman sisteminde doğrudan ve dolaylı etkisi olan paydaşların (hastane yöneticileri, özel sağlık sigortası yöneticileri, SGK yetkilileri, milletvekilleri) görüşleri alınmış ve finansman sisteminin güçlü ve zayıf yönleri değerlendirilerek çözüm önerileri geliştirilmiştir. Türk sağlık finansman sisteminin bütüncül bir şekilde analiz edilmesini sağlamak amacıyla çalışmaya farklı paydaş grupları dahil edilmiştir. Bu araştırma önceki çalışmalardan farklı olarak, sağlık finansman sistemine ilişkin güçlü yönler, zayıf yönler ve geliştirilmesi gereken alanları çok boyutlu bir içerik analizi ile incelemeyi hedeflemektedir. Literatürde yer alan benzer araştırmalar genellikle tek bir paydaş grubuna (Yiğit ve Yiğit, 2016) odaklanmakta veya sürdürülebilirlik (Özer ve Yıldırım, 2016) gibi belirli bir konu üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak çeşitli paydaşların görüşleri incelenerek sağlık finansman sisteminin değerlendirilmesi ve politika yapıcılara daha geniş bir bakış açısı sunulması amaçlanmaktadır.

2. YÖNTEM

2.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Sağlık hizmetlerinin sürdürülebilirliği ve eşit erişim hakkı, dünya çapında olduğu gibi Türkiye'de de önemli bir konudur. Birçok ülke, sağlık hizmetlerinin temel bir insan hakkı olduğunu, özel ilgi ve finansman gerektirdiğini ve sürdürülebilirliğin kilit bir ölçüt olduğunu kabul etmektedir. Özellikle son yıllardaki sağlık maliyetlerindeki artış, hastalık yapılarındaki değişim, teknolojiye ileriye gidenler ve beklentilerin artması gibi faktörlerle birlikte sağlık harcamaları önemli ölçüde artmıştır. Finansal kaynakların etkili kullanımı, politika yapıcılar ve sağlık uzmanları arasında sürekli tartışılan bir konu haline gelmiştir (Qolipour vd., 2017, s. 33). Dolayısıyla sağlık hizmetlerinin finansman sistemlerini değerlendirmek ve olası sorunlara karşı önceden eylem planları geliştirmek büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışmada Türk sağlık finansman sistemine yönelik paydaş görüşleri ve önerileri alınarak hem literatüre katkı sağlanması hem politika yapıcılara tavsiyelerde bulunulması amaçlanmaktadır.

2.1. Çalışmanın Analiz Süreci ve Yöntemi

Sağlık hizmetlerinin finansmanına ilişkin literatüründeki araştırmalar, konunun nitel yöntemlerle incelenmesinin derinlemesine ve çok boyutlu sonuçlar üretilmesinde etkili olduğunu göstermektedir (Özer ve Yıldırım, 2016; Balcı ve Kurt Gümüş, 2021). Bu doğrultuda, çalışma nitel araştırma deseninde planlanmış ve sektördeki farklı paydaşlarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak, literatüre dayalı olarak geliştirilen yarı yapılandırılmış bir mülakat formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat formu, katılımcılara esneklik sağlaması, görüşme esnasında gerekli görülmesi halinde ek sorular ile konunun zenginleştirilebilmesi ve sağlık finansmanına ilişkin farklı bakış açıları derinlemesine incelemeye olanak tanınması sebebiyle tercih edilmiştir (Güçlü, 2019). Araştırma formunun uygunluğu konusunda dört akademisyenin görüşleri alınarak gerekli revizyonlar yapılmıştır. Ayrıca, araştırmaya başlamadan önce, Mart 2021 tarihinde Sakarya ilinde iki katılımcı ile pilot görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler sayesinde mülakat formunun uygulanabilirliği test edilmiş, gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilen temel araştırma soruları şunlardır:

- Sağlık sektöründe rol alan paydaşların Türk sağlık finansman sisteminin güçlü ve zayıf yönlerine ilişkin görüşleri nelerdir?
- Sağlık sektöründe rol alan paydaşların Türk sağlık finansman sisteminin geliştirilmesine yönelik önerileri nelerdir?

Ayrıca, görüşme sırasında katılımcıların görüşlerini daha derinlemesine anlamaya yönelik olarak mülakat formunda yer alan ek sorular da yöneltilmiştir. Aşağıda, bu sorulardan bazıları örnek olarak sunulmaktadır:

- Türkiye sağlık hizmetleri finansman sistemini değerlendirebilir misiniz?
- Sigorta sisteminin yanı sıra özel sağlık sigortasının kullanımı hakkında görüşleriniz nelerdir?

- Uygulanan geri ödeme yöntemlerinin uygunluğu konusunda görüşleriniz nelerdir?
- Türkiye’de sağlık hizmetleri finansmanının sürdürülebilirliği hakkında ne düşünüyorsunuz?

Çalışma, nitel bir araştırma olduğu için örneklem seçimi iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak çalışmaya katılacak kişilerin nitelikleri belirlenmiştir (Baltacı, 2018: 244). Çalışmanın örneklem grubu, Türkiye’de sağlık finansman sisteminin çeşitli bileşenlerinde yer alan paydaşlardan oluşmaktadır. Karar alma süreçlerinde rol oynayan yöneticiler, sigorta temsilcileri, sağlık politikası yapımcıları ve sağlık hizmeti sunucuları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada örneklem büyüklüğünün belirlenmesine odaklanılmıştır. Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için kesin bir kural bulunmamakla birlikte, bu süreç araştırmacının hedefleri, araştırmacının bilgi gereksinimleri, araştırma konusu, hangi bilgilerin daha faydalı olduğu, çalışmanın süresi ve mevcut kaynaklar gibi faktörlere bağlı olarak şekillenmektedir (Yıldız, 2017; Baltacı, 2018). Bu çalışmada, örneklem büyüklüğü veri doygunluğu ilkesine göre belirlenmiştir. Bu ilke doğrultusunda, tüm sorulara ayrıntılı yanıtlar alındığında ve ek görüşmeler sırasında yeni kavram ya da temaların ortaya çıkmayacağı kanaati oluştuğunda, diğer bir deyişle veri doygunluğuna ulaşıldığında, mülakat süreci sonlandırılmıştır (Trotter, 2012, s. 399). Bu kapsamda, halen sektörde aktif olarak yer alan toplamda 19 katılımcıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın verileri 23 Şubat 2021 ile 14 Nisan 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Katılımcılar, İstanbul, Ankara ve Sakarya illerinde aktif olarak görev yapan kişiler arasından seçilmiştir. Görüşmeler esnasında ses kayıtları ve notlar ile elde edilen veriler Word programına aktarılmış ve ardından NVivo istatistik programından yararlanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada kelimelerin anlamlarını tümevarımsal bir bakış açısı ile araştırmayı amaçlayan özetleyici içerik analizinden faydalanılmıştır (Güçlü, 2019).

Çalışma, Sakarya Üniversitesi Etik Kurulu’nun E-61923333-050.99-29 sayılı ve 09.12.2020 tarihli kararıyla etik açıdan uygun bulunmuştur.

2.1. Çalışmanın Kısıtlılıkları

Çalışma, nitel bir araştırma olarak belirli bir zaman aralığında (23 Şubat–14 Nisan 2021) sınırlı sayıda (n=19) katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle elde edilen bulguların genellenebilirliği sınırlıdır. Katılımcılar farklı kurumlardan (kamu hastanesi, özel sigorta şirketi, SGK ve TBMM) seçilmiş olsa da, akademi ve hasta temsilcileri gibi bazı paydaşların temsil edilmemiş olması, çeşitli bakış açılarının eksik kalmasına neden olabilir. Gelecek çalışmalarda, farklı paydaş gruplarının dahil edilmesi ile çok boyutlu bir bakış açısı elde edilebilir. Buna ek olarak bu çalışma yalnızca mevcut durumu belirlemeye ve politika yapımcılara rehberlik edecek bulgular üretmeye odaklanmıştır. Ancak ilerleyen araştırmalarda, sağlık finansmanına ilişkin temalar arası ilişkilerin kavramsal düzeyde modellenmesi, kuramsal derinliğin artırılması açısından faydalı olabilir.

3. BULGULAR

Tablo 1’de katılımcıların unvan bilgileri bulunmaktadır. Katılımcılar, amaçlı örnekleme yöntemine uygun olarak kamu ve özel sağlık sigortacıları, hizmet sunucuları ve politikacılar arasından seçilmiştir. Örnekleme oluşturan katılımcıların kişisel bilgilerinin korunması için isim bilgileri verilmemiştir.

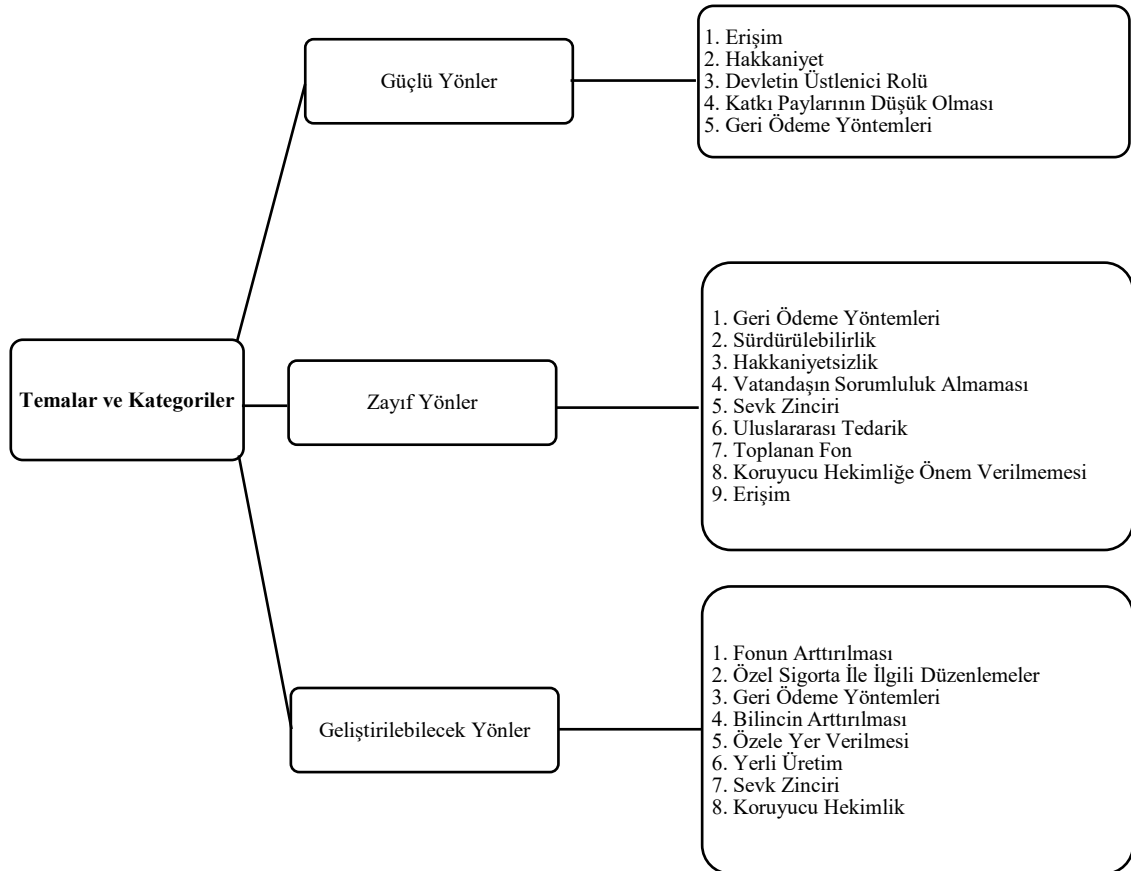
Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Unvan
K1	Erkek	Lisans	Hastane İdari ve Mali İşler Müdürü
K2	Erkek	Lisans	Hastane İdari ve Mali İşler Müdürü
K3	Erkek	Lisansüstü	Hastane Baş Müdürü
K4	Erkek	Lisansüstü	Başhekim
K5	Erkek	Lisansüstü	Hastane Mesul Müdür Yardımcısı
K6	Erkek	Lisans	Hastane Genel Direktör Yardımcısı
K7	Erkek	Lisans	Hastane İdari ve Mali İşler Müdür Yardımcısı
K8	Erkek	Lisans	İl Sağlık Müdürlüğü Mali Hizmetler Uzmanı
K9	Erkek	Lisans	İl Sağlık Müdürlüğü Mali Hizmetler Uzmanı
K10	Erkek	Lisansüstü	Başhekim
K11	Erkek	Lisans	SGK Mali Hizmetler Genel Müdürü

Katılımcı	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Unvan
K12	Erkek	Lisans	SGK İl Müdürü
K13	Kadın	Lisansüstü	Milletvekili
K14	Kadın	Lisans	Özel Sigorta Şirketinde Yönetmen Yardımcısı
K15	Erkek	Lisans	Özel Sigorta Şirketinde Bölge Müdürü
K16	Erkek	Lisansüstü	SGK İl Müdürü
K17	Erkek	Lisans	İl Sağlık Müdürlüğü Başkan Yardımcısı
K18	Erkek	Lisans	Milletvekili
K19	Erkek	Lise	Milletvekili

Şekil 1’de görüldüğü üzere, katılımcılar ile yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin analizi neticesinde ‘güçlü yönler’, ‘zayıf yönler’ ve ‘geliştirilebilecek yönler’ olmak üzere 3 tema ve 22 kategori oluşturulmuştur. Bulgular incelendiğinde aynı kategorinin birden fazla tema altında yer aldığı görülmektedir. Bu durum katılımcıların farklı uzmanlık alanlarından seçilmiş olması nedeniyle aynı konuyu farklı şekillerde değerlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Buna ek olarak zayıf yönler ve geliştirilebilecek yönler temalarının altında da ortak temaların olduğu görülmektedir. Bunun sebebi ise katılımcıların zayıf yön olarak ifade ettikleri kategorilere öneriler geliştirmesinden kaynaklanmaktadır. Örneğin, erişim konusu sistemin güçlü bir yönü olmasına karşın gereksiz hizmet kullanımına da sebep olabilmektedir.

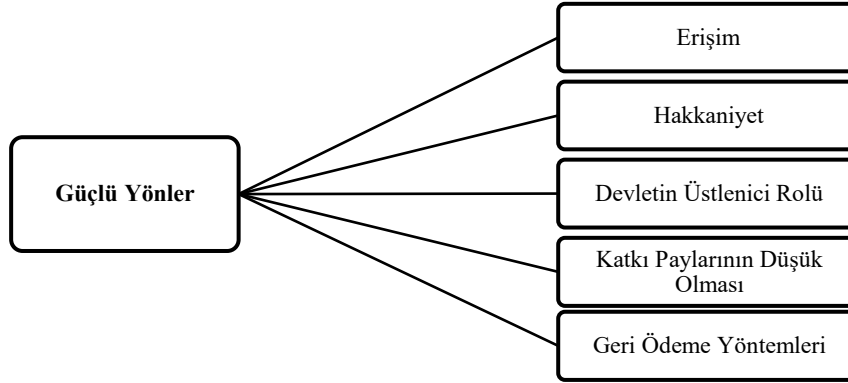
Şekil 1. Görüşmelerden Elde Edilen Temalar ve Kategoriler



3.1. Güçlü Yönler

Çalışmanın güçlü yönleri erişim, hakkaniyet, devletin üstlenici rolü, katkı paylarının düşük olması ve geri ödeme yöntemleri kategorilerinden oluşmaktadır (Şekil 2).

Şekil 2. Güçlü Yönler Teması ve Kategoriler



3.1.1. Erişim

Sağlık hizmetlerine erişim, bireylerin sahip olduğu en temel haklardan biri olarak kabul edilmekte ve literatürde sağlık hizmetleri finansmanının temel amaçlarından biri olarak sıkça tartışılmaktadır. Erişim, bireylerin sosyo-ekonomik durumlarına bakılmaksızın gerekli sağlık hizmetine ulaşabilmelerini ifade etmektedir (Mossialos vd., 2008). Erişim kategorisi sağlık finansman sisteminin en güçlü yönlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Katılımcılardan 12'si Türkiye'de sağlık hizmetleri finansmanının güçlü yönü olarak 25 defa erişim kavramından söz etmektedir. Bu bağlamda katılımcılar, sağlık hizmetlerinin finansal anlamda herkes için erişilebilir hale gelmesinin büyük bir başarı olduğunu vurgulamaktadır. Bir katılımcı bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir:

"Bugün yurdumuzun her bir köşesinde doğusunda batısında, güneyinde, kuzeyinde herhangi bir vatandaşımız ekonomik durumu ne olursa olsun sosyo-kültürel yapısı ne olursa olsun dili, dini, ırkı, cinsi ne olursa olsun eşit hizmet alabiliyor. Bu gerçekten Türkiye'nin gurur duyacağı bir tablo. Dolayısıyla erişilebilirlik konusunda eşitlik neredeyse sağlanmış durumda." (K13)

Başka bir katılımcı Türkiye'de sağlık hizmetlerine erişimin, yapısal ve yasal değişiklikler ile Genel Sağlık Sigortası'nın (GSS) oluşturulması sonucunda, ödeme gücünün öneminin azaldığını ve bireylerin sağlık hizmetlerine erişim imkânlarının arttığını belirtmekte ve bu görüşünü şu ifadelerle desteklemektedir:

"Sağlıkta dönüşüm projesi çerçevesinde yapılan yapısal ve mevzuatsal değişimler sonucunda ülkemizde ödeme gücü olsun olmasın genel sağlık sigortası yapılanması sayesinde sağlık hizmetlerine erişimde vatandaşlarımıza ödeme gücüne bakılmaksızın kapsamlı bir biçimde sağlık hizmetlerine erişim imkânı tanınmaktadır." (K17).

K3 rumuzlu katılımcı, finansman sisteminin kapsayıcılığını ve bu anlamda erişime çok güçlü bir katkı sağladığını; *"Aslında sadece Türkiye'de yaşayan vatandaşlarımız değil özellikle son dönemlerde Suriye'den gelen vatandaşlar, Afganistan da buraya gelen, her müracaat eden vatandaş mutlaka değerlendiriliyor. ... Türkiye'nin şöyle bir özelliği var: Kimse ortada bırakılmıyor. Yani biz kendi vatandaşlarımızın yanında batı ülkesi gibi davranış içerisinde bulunmuyoruz. Gerçekten kişinin sağlık hizmetine ihtiyacı varsa onu karşılıyor, gerekli karşılama yapılıyor yani"* sözleriyle vurgulamaktadır. Bu sözler finansal yapının Türkiye'de yaşayan herkesin sağlık hizmetlerine erişimini sağlaması bakımından ne kadar güçlü olduğunu göstermesi bakımından önemli bulunmaktadır.

3.1.2. Hakkaniyet

Türkiye sağlık hizmetleri finansman sisteminin güçlü yönlerinden biri hakkaniyetin sağlanmasıdır. Dünya Sağlık Örgütü (2000), birey ya da hane halkının sağlık harcamaları sebebiyle yoksullaşmasına veya ihtiyaç duydukları sağlık hizmetlerine ulaşamamasına yol açan bir finansman sistemini "hakkaniyetli" olarak değerlendirmemektedir. Ancak, hakkaniyet kavramı ve adalet kavramı sıklıkla karıştırılmaktadır. Adalet (justice), herkese hak ettiği ölçüde kaynak sağlanmasını ifade ederken (Braveman ve Gruskin, 2003), hakkaniyet (equity), tüm bireylerin mali durumlarından bağımsız olarak ihtiyaç duydukları sağlık hizmetlerine erişebilmesi olarak ifade edilmektedir (WHO, 2000). Sağlıkta Dönüşüm Programı (SDP) kapsamında hakkaniyet önemli bir ilke olarak benimsenmiş ve şu şekilde ifade edilmiştir: "Hakkaniyet, insanlarımızın sağlık hizmetlerine ihtiyaçları ölçüsünde ulaşmalarının ve

hizmetlerin finansmanına mali güçleri oranında katkıda bulunmalarının sağlanmasıdır. Gerek farklı sosyal gruplar, gerek kırsal - kent, gerekse doğu - batı arasındaki sağlık hizmetlerine erişim ve sağlık göstergeleri ile ilgili farklılıkların azaltılması, hakkaniyet amacı kapsamında yer almaktadır" (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2003). Bu doğrultuda, sağlık hizmetlerine erişimin yaygınlaştırılması ve finansal engellerin azaltılması amacıyla önemli reformlar hayata geçirilmiştir. Özellikle, 5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ile birlikte, kamu finansmanının kapsayıcılığı genişletilerek sağlık hizmetleri erişilebilirliği artırılmıştır. Nitekim katılımcılar da sağlık hizmetlerinin sosyo-kültürel, ekonomik ya da coğrafi farklılık gözetmeksizin herkes için erişilebilir olmasını finansman sisteminin en önemli başarı göstergelerinden biri olarak değerlendirmektedir.

"Kamuda her birey aynı ölçüde hizmete erişebiliyor. Çünkü dediğim gibi kamuda %90 hizmetler ücretsiz olduğu için ekstra bir maliyet istenmediği için kamuda %90 gelen herkes eşit burada ve herkes her hizmete erişebiliyor diye düşünüyorum. Hakkaniyetli bir yapı var." (K7).

3.1.3. Devletin Üstlenici Rolü

Türkiye, sağlık hizmetleri sunumunu sosyal devlet anlayışı ile yürütmektedir (Karaca ve Çam, 2019, s. 76). Katılımcılar da bu anlayış doğrultusunda devletin üstlenici bir rol benimsemiş olmasını sistemin güçlü bir yönü olarak ele almaktadır. Bu temada görüş bildiren katılımcılar hizmet sunucuları ve bir politikacıdan oluşmaktadır. Özellikle özel sigorta şirketinde çalışan katılımcıların bu konuda görüş bildirmemesi dikkate değer bulunmuştur.

Katılımcılardan birisi sağlık hizmetlerinin kontrolünde devlet iradesinin mutlaka olması gerektiğini şu şekilde vurgulamaktadır (K1): *"Genel olarak sağlık hizmetlerinde devlet elinin hiç çekilmemesi Türkiye'nin artı yönlerinden biri. Şimdi biliyorsunuz sağlık hizmetleri eğitim gibi tüm gelişmiş ülkelerde dahi devlet politikalarında aslında çıkmak istedikleri, o yükümlülükleri almak istemedikleri bir alan. Çünkü neden? Pahalı. Ama şu da bir gerçek ki salgın döneminde gördük, eğer bu özel sektörün eline de bırakılırsa hakikaten kişilerin insafına ve vicdanına bırakılmış gibi oluyor. Bu da çok büyük bir sıkıntı. Mutlaka devlet eli ile kontrol mekanizmalarının bulunması gerekiyor."*

Bir başka katılımcı sağlık giderlerinin yüksek olmasına karşın devletin bu durumu vatandaşa yansıtmadığını ve yükü üstlenici bir rol benimsediğini şu cümleler ile ifade etmektedir.

"Bizde sağlık giderleri ciddi rakamlar tutuyor, fakat insanı yaşat ki devlet yaşasın şiarından yola çıkarak insan sağlığını her şeyin üzerinde tuttuğumuz için bu yüke katlanıyoruz. Tabi bir bu kadar da vatandaşa yansımaz, sağlık giderleri noktasında." (K13)

3.1.4. Katkı Paylarının Düşük Olması

Dünya Sağlık Örgütü (2023), Türkiye'de SGK'nın geri ödeyici kurum olarak finanse ettiği genel sağlık sigortası sisteminin oldukça geniş bir teminat kapsamına sahip olduğu ve bireylerin sağlık ihtiyaçlarına yönelik yaptıkları harcamaların, dünya çapındaki birçok ülke ile karşılaştırıldığında oldukça düşük seviyelerde kaldığını belirtmektedir. Bu durum bu çalışmanın bulgularında da ortaya çıkmaktadır. Nitekim katılımcıların bir kısmı cepten yapılan sağlık harcamalarının düşük olmasını, sistemin güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirmektedir.

Bir katılımcı (K13), geçmiş yıllara göre katkı paylarının düzenlenmesiyle sağlık harcamalarının vatandaşlar üzerindeki yükünün önemli ölçüde azaldığını vurgulamaktadır. Katılımcı, eski dönemde ilaç fiyatlarının sürekli artış gösterdiğini ve fiyat etiketlerine ek olarak yapılan gizli zamların, tüketiciyi zor durumda bıraktığını belirtmektedir. Ancak günümüzde, katkı paylarının azalması ile birlikte, vatandaşların sağlık harcamalarıyla ilgili yüklerinin çok daha hafiflediğini ifade etmektedir.

3.1.5. Geri Ödeme Yöntemleri

Görüşmelerde Türkiye'de sağlık kurumlarına yapılan geri ödeme yöntemleri en çok eleştiri yapılan alan olmasına karşın, bazı katılımcılar geri ödeme yöntemlerini sistemin güçlü yönü olarak kabul etmekte ve memnuniyetlerini dile getirmektedir. Mevcut geri ödeme yöntemlerinin basit ve uygulamasının kolay olduğu düşünülmekte ve şu şekilde ifade edilmektedir.

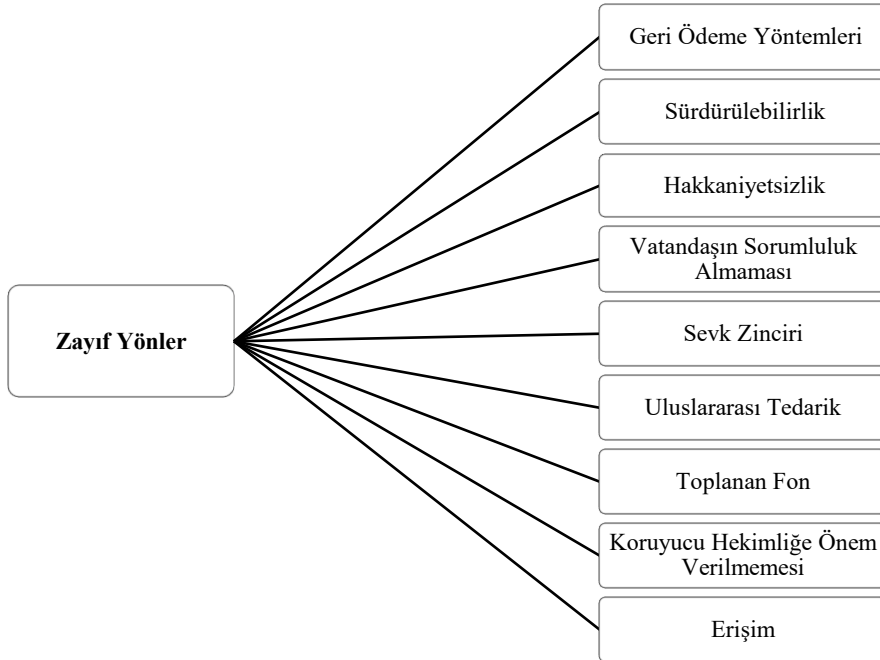
"Şu an uygulanan geri ödeme modeli karmaşık değil, basit bir uygulamadır. Hastanın hak sahipliği SGK medula sisteminden provizyon alınarak kabul edilir, hizmetler verilir ve süresinde kayıt edilir, taburculuk sonrası fatura oluşturulur. SGK'dan da izleyen ay on beş gün içerisinde ödeme gelir. Sistem yalın ve basittir." (K17)

Çalışma sonuçlarına göre, Türkiye sağlık finansman sisteminin güçlü yönleri; erişim, hakkaniyet, devletin üstlenici rolü, düşük katkı payları ve geri ödeme yöntemleri temalarından oluşmuştur. Erişim ve hakkaniyet teması sistemin en güçlü yönleri olarak öne çıkmaktadır. Nitekim 2008 yılında 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ve 2012'de Genel Sağlık Sigortasının Türkiye nüfusunun büyük bir bölümünü kapsamına alacak şekilde zorunlu hale getirilmiş olması sağlık hizmetlerine erişimi kolaylaştırmıştır. Bunlara ek olarak sonuçlar sağlık hizmetlerine ulaşımın, coğrafi ve ekonomik engellerin minimize edilmesi ile iyileştirilebileceğini de vurgulamaktadır. Ayrıca çalışmada özellikle kırsal bölgelerde sağlık hizmetlerine erişimin arttığını ve aile sağlığı merkezlerinin yaygınlaşmasının bu konuda olumlu etkiler yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar coğrafi erişimin geliştiğine dair algının paydaşlar arasında yaygın olduğunu göstermektedir. Ancak, coğrafi erişim konusunda daha kapsamlı bir analiz yapılabilmesi için bölgesel farklılıkları içeren verilerle desteklenen çalışmaların gerekliliği de göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca devletin sağlık hizmetleri üzerindeki üstlenici bir rol üstlenmesi, bu hizmetlerin erişilebilir ve hakkaniyetli olmasını sağlayan önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. SDP ile birlikte katkı paylarında yapılan düzenlemeler ve sağlık harcamalarının düşük seviyelerde olması, bireylerin finansal yükünü hafifletirken erişim unsuruna da katkı yapmaktadır. Genel olarak katılımcılar nezdinde Türkiye sağlık hizmetleri finansman sisteminin erişim ve hakkaniyet gibi temel unsurlarda başarılı bulunduğu anlaşılmaktadır.

3.2. Zayıf Yönler

Türkiye'de sağlık finansman sisteminin zayıf yönlerinin bir kısmı, güçlü yönlerde ifade edilen kategorilerle ilişkili kavramlardan oluşmaktadır. Geri ödeme yöntemleri, hakkaniyetsizlik ve erişim kategorileri bu kapsamda değerlendirilebilir. Bunlarla birlikte zayıf yönler arasında sürdürülebilirlik, vatandaşın sorumluluk almaması, sevk zinciri, uluslararası tedarik, toplanan fon ve koruyucu hekimliğe önem verilmemesi diğer kategorileri oluşturmaktadır (Şekil 3).

Şekil 3. Zayıf Yönler Teması ve Kategoriler



3.2.1. Geri Ödeme Yöntemleri

Zayıf yönler teması, sağlık hizmetleri finansman sisteminin bazı önemli eksikliklerini ele alırken, özellikle geri ödeme yöntemlerinin katılımcılar tarafından en fazla dile getirilen konu olduğu görülmektedir. Bu konu pozitif anlamda dört katılımcı tarafından beş defa zikredilmesine karşılık olumsuz anlamda dokuz katılımcı tarafından 27 defa zikredilmiştir. Bu bağlamda geri ödeme yöntemlerinde meydana gelen sorunların sistemsel verimsizliklere yol açtığı vurgulanmakla beraber özellikle Sağlık Uygulama Tebliği (SUT) fiyatlarında yeterli güncellemelerin

yapılmaması ve uygun düzenlemelerin eksikliği üzerinde durulmaktadır Türkiye'nin enflasyonist ortamında giderler artarken, SUT fiyatlarında düzenli artışların olmaması sıklıkla dile getirilmektedir. Bunun yanı sıra, ithal malzemelere olan bağımlılık ve döviz kurlarındaki artışın kurumlar üzerinde ek mali yük oluşturduğu ifade edilmektedir. Bazı katılımcıların konuya ilişkin görüşleri şu şekildedir:

“Türkiye’de her yıl onlarca hastane kapanıyor ya da el değiştiriyor. Sırf ayakta kalamamaktan dolayı. İşte maliyetlerin artması ilaç ve sarf malzemelerinin maliyetlerinin artması personel giderlerinin artması. Ama gelirler hiç değişmiyor. 2008 yılından beri SUT fiyatlarında bir değişiklik, çok nadir oldu. Güncelleme olmadı. Ama maliyetlere baktığımız zaman maliyetler en az 10 kat arttı. Bunun için sağlık zor ve prestijli bir iştir, ama maliyetli bir iştir, ama karlılığımız çok düşüktür.” (K6)

“Kesinlikle SGK tarafından global bütçe dahilinde yapılan geri ödemelerin şu andaki mevcut sağlık harcamalarının karşılığı olabilecek nitelikte olduğunu düşünmüyorum. Özellikle son 7-8 yıldır. İşte bu döviz kurlarındaki yükselmeler, sabit giderlerdeki fazlalaşmalar, işte neticede ilaç ve sarf konusundaki ithal mala olan mahkûmiyetten dolayı hala ben meslek hayatıma başladığımdaki muayene ücreti ile şu anda yine ikinci basamaktaki muayene ücreti aynı. 10 yıl olmuştur benim çalıştığım. Güncelleme kesinlikle olmadı. Ara ara bazı düzeltmeler ve güncellemeler oluyor ama onlar kesinlikle bu durumu karşılayabilecek ya da finansal sürdürülebilirliği sağlayacak seviyede olmadığı gibi gün geçtikçe makas git gide büyüyor.” (K8)

3.2.2. Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik, sağlık sisteminin sahip olduğu yükümlülükler ile bu yükümlülükleri sürekli olarak yerine getirme yeteneği arasındaki denge olarak ifade edilmektedir (Thomson vd., 2009, s. 5). Sağlık hizmetlerine artan talep, değişen ve gelişen teknolojiler, yaşlanan nüfus, ortalama yaşam süresinin artması ve bunlara bağlı olarak sağlık harcamalarındaki artış neticesinde sürdürülebilirlik konusundaki endişeler de artmaktadır (Liaropoulos ve Goranitis, 2015, s. 3; OECD, 2015). Bu endişeler katılımcılar tarafından da dile getirilmiş ve geri ödeme yöntemlerinden sonra en fazla vurgulanan kategori olmuştur (10 katılımcı tarafından 18 defa).

Bazı görüşler, mevcut sistemin sürdürülebilir olmamasının vatandaşların üzerindeki yükün az olmasından kaynaklandığını belirtmektedir. Nitekim devletin üstlenici bir rol benimsemesi, erişim ve hakkaniyet bakımından sistem güçlü olmasına karşılık bu durumun sürdürülebilirlik açısından sorun oluşturabileceği öngörülmektedir. Bu endişe katılımcılardan birisi tarafından şu şekilde ifade edilmektedir:

“Çünkü bu sürdürülebilirlik çok uzun gitmez. Sürekli her şeyi devlet yapsın mantığıyla bu olmaz. Sağlık zaten pahalı bir hizmet ve devlet mutlaka yapacaktır, mutlaka üzerine alacaktır. Ki ülkemiz yapıyor bunu. Ama sonrasında bir katkı sağlama noktasında da muhtemelen vatandaştan bir şekilde katkı paylarını arttıracığını tahmin ediyorum. Şu haliyle bütün yük devlette, vatandaş da dolayısıyla çok fazla sorumluluk almıyor.” (K10)

Sürdürülebilirlik konusundaki endişelerin bir başka kaynağı da geri ödeme yöntemlerine yöneltilen eleştirilerle ilişkili olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle hastanelerin mali yük ve borç altında olması ve firmaların alacak sürelerinin uzaması gibi durumların sürdürülebilirlik açısından sorun oluşturacağı düşünülmektedir. Bu görüşlerden biri şu şekilde ifade edilmektedir:

“Hastanelerin borçları hat safhada. Aslında bu bir kısır döngü. Hastanenin borcu demek aynı zamanda devletin borcu demek. Devletin kime borcu var? Firmalara borcu var. Firmaların alacak gün sürelerinin uzaması, aynı zamanda maliyetlerin de artmasına sebep oluyor. Yani bir kısır döngü, ne kadar geç parasını alırsa o kadar pahalıya satıyor. Ne kadar pahalıya satarsa o kadar geç parasını alıyor. Bu kısır döngü böyle gidiyor. Onun için bu finansman bu haliyle çok da uzun gitmez gibi geliyor bana.” (K2)

3.2.3. Hakkaniyetsizlik

Sağlık hizmetlerinde hakkaniyet olgusu, katılımcılar tarafından Türkiye sağlık finansman sisteminin güçlü bir yönü olarak ele alınsa da bu görüşün aksini düşünen katılımcılar bulunmaktadır. Ayırtışıkları nokta ise ödeme gücünün etkili olduğu alanlardadır. Yani kamu sınırları içerisinde hakkaniyet sorunu oluşmasa da özel sağlık hizmetleri de dahil edilerek ele alındığında bir hakkaniyetsizlik durumunun oluşabildiği ifade edilmektedir. Bu görüşlere şu ifadeler örnek olarak verilebilir:

“Sadece devletin hastaneleri açısından bakarsak üç aşağı beş yukarı adil olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü hiçbiri para almıyor. Herkes randevu ile erişim sağlayabiliyor. Onun için sadece devletin hastanelerinde bu hakkaniyetten

bahsedebilir. Ama Türkiye’deki sağlık sistemini global olarak düşünürsek o zaman çok da hakkaniyetten bahsedemeyiz. Ödeme gücünün farklılaştığı noktalarda hakkaniyetsizlikler ortaya çıkabiliyor.” (K2)

3.2.4. Vatandaşın Sorumluluk Almaması

Katılımcılardan bir kısmı, vatandaşın sağlık hizmetine katkılarının az olmasının ve kolay erişimin, hizmetlerin israfını artırdığı görüşündedir. Sağlık hizmetlerine yapılan kullanıcı ücretlerinin arkasındaki temel mantığın, gereksiz kullanımı engellemek, sağlık hizmetleri için gelir artırmak ve bireylere tükettikleri hizmetlerin değerini hatırlatmaktır (Gulliford vd., 2002, s. 38). Ancak burada önemli olan, herhangi bir erişim engeli oluşturmadan bunu sağlamaktır. Bu konuda yapılan eleştirilerden biri şu şekildedir:

“Dediğim gibi çok ucuza vermemiz nedeniyle şöyle bir dezavantajımızda var; insanların sağlığa kolay erişebiliyor olması bir bakıma bazen israfı da getirebiliyor.” (K10)

3.2.5. Sevk Zinciri

Yapılan görüşmelerde katılımcıların bir kısmı, etkili ve kademeli sevk zinciri uygulanmamasını Türk sağlık finansman sisteminin zayıf yönlerinden biri olarak değerlendirmektedir. Gereksiz kullanımı azaltarak finansal sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla bu alanda iyileştirme yapılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Katılımcılardan biri, sevk zincirinin uygulanmamasının, Türkiye’deki sağlık hizmetleri sunumundaki en önemli problemlerden biri olduğunu şu şekilde ifade etmektedir:

“.... Tetkik, araştırmalar hepsi maliyetli; yani çok basit bir baş ağrısı buraya geldiği zaman korkunç bir maliyet oluşabiliyor. Yani tetkiklerden film tomografi buna benzer şeyleri zaman zaman vatandaşların birkaç sağlık kurumuna giderek maliyet artırıcı unsurlarla karşılaştırabiliyor devleti.” (K3) Bir başka katılımcı durumu şu şekilde özetlemektedir; “Grip olan aile hekimine de gidebiliyor; gelip burada profesöre de gidebiliyor. Herhangi bir ücret ödemezse profesörü tercih ediyor.” (K4).

3.2.6. Uluslararası Tedarik

Özellikle özel hastanelerde yöneticilik yapan hekimlerin üzerinde durduğu konulardan birisi alım güçlerinin düşmesi ile birlikte uluslararası tedarik konusunda sıkıntılar yaşaması olmuştur. Katılımcılardan biri (K8), yukarıda üzerinde durulan SUT fiyatlarında güncellemelerin yapılmamasının yanı sıra asıl problemin artan döviz ile birlikte uluslararası tedarikte yaşanan sorunlardan kaynaklandığını ifade etmektedir. Diğer bir katılımcı sorunu şu şekilde ifade etmektedir:

“İşin finans kısmında ise özel sektörün ayakta kalması için biliyorsunuz bütün malzemeler hemen hemen dışarıdan geliyor. Bizim küçük diyebileceğimiz bir kalem grubunu işte gazlı bezdi, pamuktu oksijenli suyu onları saymıyorum; ama kullandığınız diğer bütün malzemeler dışarıdan geliyor” (K5).

3.2.7. Toplanan Fon

Sağlık hizmetleri finansman sisteminin üç işlevinden (fon toplama, havuzlama ve fonların dağıtımı) ilki olan fon toplama katılımcılar tarafından sistemin zayıf yönü olarak ileri sürülmektedir. Bu kategori altında özellikle çalışan ve emekli nüfus arasındaki orantısızlık nedeniyle çalışanlar üzerindeki mali yük vurgulanmaktadır. Fon toplama konusunda yaşanan bir diğer zorluk ise kayıt dışı istihdam oranıdır. Bu bağlamda, finansal sürdürülebilirlik açısından, sosyal güvenliğin uzun vadeli ödeme gücünü ve sağlık sisteminin uzun vadede gelir ve giderlerinin dengesini ifade eden aktüeryal denge ilkesine ulaşmak önemli bir hedef olarak görülmektedir (Barr ve Goss, 2018). Katılımcılar tarafından bu konulara ilişkin görüşler şu şekilde ifade edilmektedir:

“...Avrupa ülkelerinde 3 çalışana bir emekli düşerken. Bizde bir çalışana 1,73 emekli düşüyor. O yüzden finansman açısından SGK çok ama çok zorda...” (K11)

“Bence mevcut sistem vatandaşlar vergisini düzgün yatırdığı müddetçe özellikle kayıt dışılık çok çok önemli bir kayıt dışılık kamu bütçesine yaklaşık 1 milyon dolarlık bir ekstra bir yük getiriyor. Şimdi şu anda Türkiye çapında kayıt dışılık yaklaşık %34’lük civalarda. Ki bu 10 il içerisinde %34’lere kadar geliyor. Bu kayıt dışılığın önlenmesi durumunda finansmanın sürdürülebilirliği daha sağlam temellere oturur diye düşünüyorum.” (K12)

3.2.8. Erişim

Erişim teması, katılımcıların çoğunluğu tarafından Türkiye sağlık hizmetlerinin finansmanı açısından güçlü bir yön olarak ele alınsada bazı katılımcılar aksini düşünmektedir. Özellikle özel sağlık hizmetlerinin

yaygınlaşmasıyla birlikte, erişim konusundaki endişelerin arttığı ifade edilmektedir. Bu görüş şu şekilde dile getirilmektedir:

“Türkiye sosyal bir devlet olmasına rağmen, son 20 yılda uygulanan sağlık politikalarıyla maalesef sağlık giderek özelleşmiştir. Bu bağlamda vatandaşın cebinde parası yoksa nitelikli sağlık hizmetine erişimde sorun yaşamaktadır. Sağlık hizmetlerine erişim tüm devletlerin öncelikli meselesidir. Türkiye açısından da kritik önemdedir.” (K18)

3.2.9. Koruyucu Hekimliğe Önem Verilmemesi

2002 yılından bu yana mevcut istatistikler incelendiğinde birinci basamak sağlık hizmetlerine yapılan müracaat oranlarının ikinci ve üçüncü basamak sağlık hizmetlerinin hemen hemen yarısı kadar olduğu görülmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık İstatistikleri Yıllığı, 2022) Katılımcıların bazıları bu konuda eksikliğe vurgu yaparak geliştirilmeye ihtiyaç duyulduğunu şu sözler ile belirtmektedir.

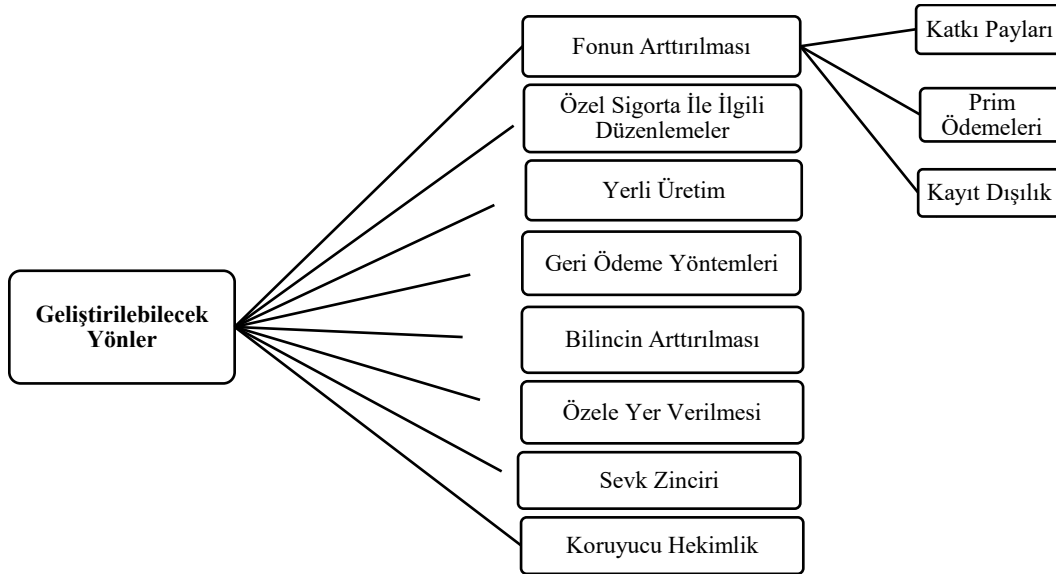
“Bu bilinç vatandaşlarda henüz oluşmamış. Onun için aile hekimliği sistemi biraz daha kenara itildi. Devlette biraz daha popülist olsun diye tedaviye eğildi. Çünkü tedavi ettiğin şey gözükiyor, ama koruduğun şey uzun zamanda gözükiyor. Onun için biraz daha tedavi edici hizmetlere, biraz daha önem verilmiş durumda.” (K2)

Çalışmada, Türkiye'nin sağlık finansman sistemine yönelik katılımcıların görüşleri ışığında ortaya çıkan zayıf yönler değerlendirildiğinde katılımcılar tarafından, özellikle SUT fiyatlarındaki güncellemelerin yetersiz olması, döviz kurlarındaki dalgalanmalar ve mali yüklerin artışının sağlık hizmetleri finansmanı üzerindeki olumsuz etkileri dile getirilmektedir. Ek olarak sağlık hizmetlerine erişimin kolay olmasının bazen israfa yol açtığı ve bireylerin sağlık hizmetlerine olan katkılarının az olmasının sistemin finansal sürdürülebilirliği açısından tehdit oluşturduğu yönünde eleştirilerin geldiği görülmektedir. Ayrıca sağlık sisteminin hakkaniyetli olduğu yönündeki görüşler ağırlıklı olmasına karşın özel sağlık hizmetlerinin artması ile birlikte eşitlik ve erişim sorunlarının gündeme geldiği görülmektedir.

3.3. Geliştirilebilecek Yönler

Çalışmanın üçüncü temasını geliştirilebilecek alanlar oluşturmaktadır. Bu başlık altında oluşan kategoriler genel olarak zayıf yönler temasında üzerinde durulan konulara geliştirilen öneriler ile ilişkilidir.

Şekil 4. Geliştirilebilecek Yönler Teması ve Kategoriler



3.3.1. Fonun Arttırılması

Toplanan fonlarla ilgili yetersizlikler, sürdürülebilirlik endişeleri ve vatandaşın sağlık hizmetlerine yeterince katkı sağlamaması gibi temalar, sistemin geliştirilebilecek yönleri arasında öne çıkmaktadır. Katılımcıların önerileri,

fonların artırılmasının üç ana başlıkta toplanabileceğini göstermektedir: katkı payları, prim ödemeleri ve kayıt dışılık. Katılımcıların sırası ile konuya ilişkin görüşleri şu şekildedir:

“Sürdürülebilirlik açısından, katkı paylarının mutlak şart olduğunu ve genişletilerek uygulanması gerektiğini düşünüyorum” (K17).

“Prim kesintilerinin artırılması ve katkuların artırılması söyleyebilirim. Vatandaşa yansıyacak, yani tabii ki ilk etapta başka türlü bir finansman nereden sağlanabilir? Tabii ki burada ilk akla gelen bu oluyor.” (K9)

“Bir emekliye 3 çalışan denk getirebileceğimiz duruma gelene kadar istihdam. Bunu getirirsek bu sistemi sürdürebiliriz” (K11) şeklinde ifade edilmektedir.

3.3.2. Özel Sigorta ile İlgili Düzenlemeler

Katılımcıların bir kısmı, özel sağlık sigortası ile ilgili düzenleme yapılmasının finansal sistemin iyileştirilmesi açısından faydalı olacağını iddia etmektedir. Katılımcılardan bazıları (Örn. K1, K7), özel sağlık sigortasının kamunun denetiminde olmasının daha faydalı olacağını belirtmektedir. Bu görüşe göre, denetime tabi olmayan özel sektör hizmetleri, karlılığı ön planda tutarak vatandaşların mağduriyetine yol açabilmektedir. Devletin ise daha adil bir hizmet sunabileceği ve vicdanî bir yaklaşım benimseyebileceği ifade edilmektedir.

3.3.3. Geri Ödeme Yöntemleri

Geri ödeme yöntemleri, zayıf yönler temasında en çok dile getirilen alanlardan biri olmuş ve bu konuda çeşitli çözüm önerileri sunulmuştur. Geri ödeme yöntemlerine getirilen önerilere bakıldığında bunların büyük çoğunluğunun SUT fiyatlarında güncellemelere gitmek olduğu görülmektedir. Bu ifadelerden bir tanesi şu şekildedir;

“Kamu mali politikaları ile doğru orantılı olarak Sağlık Uygulama Tebliği fiyat listesinde yukarı yönde değişiklik, sistem aktörlerini mali bakımdan daha da rahatlatacaktır.” (K17)

Başka bir katılımcı (Örn. K3), bazı hastanelerde personel giderlerinin genel bütçeden karşılanmamasının, kaynakların etkin kullanımını engellediği belirtilmiştir. Çözüm olarak, personelin kadrolarının Hazine ve Maliye Bakanlığı'na bağlanması önerilmiştir.

3.3.4. Bilincin Arttırılması

Katılımcılar, vatandaşların sağlık hizmetlerini bilinçsizce kullanmasının sürdürülebilirlik açısından sorun oluşturduğunu ve sağlık bilincinin artırılmasının önemli bir gereklilik olduğunu ifade etmektedir. Bilinçlendirme çalışmalarının özellikle eğitim yoluyla yaygınlaştırılması gerektiği vurgulanmıştır:

“Ama öncelikle sağlık anlamında bilgilendirmenin ve bilinçlendirmenin yapılıyor olması aslında tüm bu yatırımların çok daha ötesinde bir anlam taşıyacaktır. İnsanlarımız sağlığını nasıl koruyacaklarına dair belki de ilkokuldan itibaren bunun ile ilgili bir eğitim almaları gerekir.” (K15).

3.3.5. Özele Yer Verilmesi

Katılımcılar, Türkiye'nin daha iyi bir finansal yapıya kavuşabilmesi için özel sağlık sektörüne daha fazla yer verilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu öneri, finansal sürdürülebilirlik açısından GSS'nin üstlendiği yükün azaltılarak özel sağlık sigortasının payının artırılması gerektiği görüşüne dayanmaktadır:

“GSS'nin payı ve üstlendiği hizmetler zaman içerisinde azaltılarak özel sağlık sigortasının payı artırılması yoluna gidilebilir. Finansal sürdürülebilirlik bakımından bu gereklidir.” (K17)

3.3.6. Yerli Üretim

Uluslararası tedarik bağımlılığına karşılık yerli üretimin artırılması, katılımcılar tarafından en önemli çözüm önerilerinden biri olarak dile getirilmektedir. Katılımcılar, sağlık sektöründe katma değeri yüksek ürünlerin yerli olarak üretilmesi gerektiğini vurgulamış ve bu durumun finansal bağımsızlık açısından kritik bir önem taşıdığını ifade etmektedir.

“Ama bu noktada dediğim gibi üretimimizi kendimiz yaparsak, ihracatımızı kendimiz yaparsak tabii ki olay çok daha farklı olacaktır. Mutlaka vatandaşın bilinci arttırılacak, mutlaka ar-geye yönelik çalışmalar yapacağız, mutlaka katma değeri yüksek ürünler üreteceğiz; sağlıkta da bu böyle yani olay sadece savunma sanayinde veya başka şeyde değil. Sağlıkta da mutlaka katma değeri yüksek ürünler üretmek zorundayız. Başka çaresi yok bunun.”

Biz en azından üretimimizi kendimiz yapar dışarıya paramızı vermezsek ülke içerisinde dönen bir çarkla bu şekilde bu sirkülasyon devam edecektir.” (K10).

3.3.7. Sevk Zinciri

Sevk zinciri, katılımcılar tarafından hem bir sorun hem de bir çözüm alanı olarak ele alınmaktadır. Üniversite hastanelerine başvuruların aile hekimliği ve devlet hastanelerinden geçilerek yapılması gerektiği, aksi halde muayene ücretlerine katkı payı eklenmesi gibi uygulamaların sürdürülebilir bir sistem için gerekli olduğu önerilmektedir. 9 Ocak 2025'te Resmi Gazete'de yayımlanan kanun değişikliği ile katkı paylarına yönelik düzenleme yapılmıştır (T.C. Resmî Gazete, 2025). Söz konusu değişiklik ile aile hekiminden sevk edilen hastalar için katılım payının yüzde 50 oranında azaltılması kararlaştırılmış olup, bu düzenleme sevk sisteminin etkinliğini artırmaya yönelik konunun önemine vurgular niteliktedir.

“Ama siz buna şunu söylerseniz; aile hekimine gitmeden devlet hastanesinden geçmeden üniversiteye gelemesin. Eğer böyle bir tercih yaparsan bu muayene ücreti 50 TL ise 50 TL karşılığında sen de bir 50 TL ödeyerek profesöre muayene olabilirsin, bunu da sisteme yatırarak gelirsin, profesör ile hiçbir tür para bağlantın olmaz dersen, bu çok hakkaniyetli ve sürdürülebilir bir sistem olur.” (K4)

3.3.8. Koruyucu Hekimlik

Koruyucu hekimlik, sistemin sürdürülebilirliği açısından kritik bir alan olarak belirtilmekte ve bu konuda çeşitli çözüm önerileri sunulmaktadır. Katılımcılar, erken teşhis durumlarında katkı paylarının alınmaması veya gereksiz kullanımların ceza ile engellenmesi gibi ödüllendirme ve cezalandırma yöntemlerinin kullanılabileceğini ifade etmektedir. Örneğin, bir katılımcı “Erken teşhis, maliyetleri düşürerek sürdürülebilirliği artırabilir” diyerek bu yaklaşımın önemini vurgulamıştır.

Sonuç olarak, Türkiye'nin sağlık finansman sisteminin zayıf yönlerini ortadan kaldırmaya güçlü yönlerin ise devamının sağlanmasına yönelik farklı öneriler ileri sürülmektedir. Bu öneriler fonların artırılmasından bilinçlendirme çalışmalarına, özel sektör katkılarının düzenlenmesinden yerli üretimin desteklenmesine kadar geniş bir yelpazede ele alınmaktadır. Katılımcıların görüşleri, sürdürülebilir bir finansman sistemi için sadece mevcut yapının güçlendirilmesinin değil, aynı zamanda yenilikçi ve uzun vadeli çözümler geliştirilmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Özellikle kaynak kullanımında verimliliğin sağlanması, fonların çeşitlendirilmesi ve sağlık hizmetlerinin daha bilinçli tüketimi için önerilen politikaların, sistemin etkinliğini artırmada kritik rol oynayacağı düşünülmektedir.

4. TARTIŞMA

4.1. Sistemin Güçlü Yönleri

Sağlık hizmetlerinde erişim kişilerin sosyo-ekonomik durumlarından bağımsız olarak sağlık hizmetlerinden faydalanabilmesini ifade etmektedir (Mossialos vd., 2008). Bu çalışma kapsamında erişim ve hakkaniyet, katılımcılar tarafından sistemin güçlü yönü olarak en sık vurgulanan temalar olmuştur. SDP ile erişim ve hakkaniyet alanında önemli iyileşmeler sağlanmış; GSS ve kamu hizmet sunum örgütlerinin tek çatı altında toplanması sisteme erişimi kolaylaştırmıştır. Literatürde de SDP sonrası sağlık hizmetlerine erişimin arttığına dair çalışmalar bulunmaktadır (Atun vd., 2013, s. 65; Jadoo vd., 2014, s. 4; Soysal ve Yağar, 2015, s. 333). Bu çalışmaların yanı sıra uluslararası kuruluşlar da evrensel sağlık güvencesine ulaşmada SDP'yi bir başarı öyküsü olarak nitelendirmektedir (Agartan 2021).

Hakkaniyet ve erişim ile ilişkili olarak katkı paylarının düşük olması ve devletin üstlenici bir rol oynaması, sistemin diğer güçlü yönleri olarak değerlendirilmektedir. Bazı katılımcılar bu unsurların sağlık hizmetleri finansmanında dar boğaz oluşturarak sürdürülebilirliği tehlikeye sokabileceğini düşünse de diğer katılımcılar bu durumun hakkaniyeti desteklediğini belirtmektedir. Nitekim bireyin geliri ile orantılı olmayan katkı payları gibi cepten ödemelerin, hakkaniyet ve hizmete erişim açısından risk oluşturduğu bilinmektedir (Tatar, 2011, s. 114). Bu durum, bireylerin sağlık hizmetine ihtiyaç duydukları halde başvurmamalarına neden olabilmektedir. Bunun sonucunda sağlık ihtiyaçları artmakta ve uzun vadede sürdürülebilirliğe engel oluşturabilmektedir. Türkiye sağlık hizmetlerindeki durum incelendiğinde SDP'nin etkisi ile birlikte kamu sağlık harcamalarının gayri safi yurtiçi hasıla içindeki oranının arttığı görülmektedir (European Observatory on Health Systems and Policies & WHO,

2022). Öte yandan, cepten yapılan sağlık harcamalarının %28,9'dan (2000) %18,5'e (2022) gerilemesi, bu alandaki yükün hafiflediğini göstermektedir (WHO, 2022; TÜİK, 2023).

4.2. Sistemin Zayıf Yönleri ve Sorunlar

Türkiye’de sağlık hizmetleri finansman sisteminde kamu katkılarının yüksek olması ve prim ödemelerinin SGK çatısı altında toplanması, Bismarck modeline benzerken; devletin hizmet sunumundaki ve finansman sağlamadaki rolü itibarıyla Beveridge modeline özgü unsurları da içeren karma bir yapı ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda, Beveridge modelinin etkisiyle erişim ve hakkaniyet gibi güçlü yönler öne çıkarken, fon toplama sorunları, kayıt dışı istihdam oranının yüksekliği ve işsizlik oranı gibi Bismarck modelinin yapısal zorlukları da ortaya çıkmaktadır. Bu zorlukların yanı sıra sistemin zayıf yönleri arasında en sık vurgulanan konu, geri ödeme yöntemleridir. Özellikle hizmet sunucuları, SUT fiyatlarının güncellenmemesi üzerinde durmaktadır. Daha önce yapılan çalışmalar bu bulguları desteklemekte ve SUT fiyatlarının güncellenmemesinin şikâyet unsuru olduğunu ortaya koymaktadır (Yiğit ve Yiğit, 2016, s. 264; Göktaş, 2018; Acar, 2019, s. 71). Öte yandan bu çalışmada sonuçlarıyla uyumlu olarak SUT fiyatlarının enflasyon oranına göre güncellenmesi gerektiği belirtilirken, bu durumun SGK üzerinde ek bir mali yük oluşturabileceği ve finansal sürdürülebilirlik açısından risk yaratabileceği de mevcut ikilemler arasında yer almaktadır (Attila ve Gülay, 2022, s. 29). Dolayısıyla yapılan eleştiriler doğrultusunda SUT fiyatlarında güncellemeye gidilmesinin gerekliliğinin yanında çözüm yollarının doğru planlanmasında fayda vardır. Katılımcılar tarafından geri ödeme yöntemlerine yönelik gelen çözüm önerilerinin başında Teşhis İlişkili Gruplar (TİG) ile ödeme yöntemi yer almaktadır. TİG ödeme yönteminin olumlu birtakım çıktılar sağladığını gösteren pek çok çalışma da bu düşüncüyü destekler niteliktedir (Choi vd., 2019, s. 8; Aycıl ve Köse, 2020, s. 53; Barouni vd., 2020, s. 10; Zou vd., 2020, s. 9).

Sürdürülebilirlik açısından eleştirilen bir diğer unsur, gereksiz sağlık hizmeti kullanımı ve birinci basamak sağlık hizmetlerinin yetersiz etkinliğidir. Literatürde yer alan başka çalışmalarda da bu unsurların finansal sürdürülebilirliği tehdit ettiği yönünde görüşler bulunmaktadır (Balcı ve Kurt Gümüş, 2021, s. 67; Attila ve Gülay, 2022, s. 20;). Ayrıca kayıt dışı istihdamın yüksekliği ve işsizlik oranı gibi yapısal sorunlar da hem bu çalışmada hem başka çalışmalarda dile gelmektedir (Erumut, 2015, s. 109; Kara ve Öztürk, 2021, s. 14). Bu sorunlar, finansman yapısının aktüeryal dengede tutulmasını güçleştirmekte ve çalışan emekli oranındaki bu dengesizlikler ile birlikte finansman sisteminin uzun vadeli sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Bunlara ek olarak bu çalışmanın bulgularında yer alan gereksiz müdahaleler ve tıbbi muayeneler, geri ödeme kapsamı geniş olan SGK fayda paketi, sağlık sisteminde birinci basamak sağlık hizmetlerinin yeterince yaygın ve etkin şekilde uygulanamaması, sürdürülebilirliği tehdit eden unsurlar olarak ifade edilmekte ve benzer çalışmalarla da desteklendiği görülmektedir (Güvercin vd., 2016, s. 92; Balcı ve Kurt Gümüş, 2021, s. 67; Attila ve Gülay, 2022, s. 23).

4.3. Katılımcılar Tarafından Sunulan Çözüm Önerileri

Çalışmada yukarıda sunulan olumsuzlukların önüne geçerek sürdürülebilirliği, verimliliği ve erişimi artırmaya yönelik çeşitli öneriler belirlenmiştir. Bu önerilerden bazıları zorunlu sevk uygulamasının hayata geçirilmesi ile ikinci ve üçüncü basamak sağlık hizmetlerine gereksiz başvuruların azaltılabileceği yönündedir. Katkı paylarının sevk zincirine uygun şekilde yeniden düzenlenmesi, gereksiz kullanımın önüne geçerken kamu üzerindeki finansal yükü hafifletebilmektedir. Katılımcılar tarafından sunulan bu önerinin başka çalışmalar tarafından faydalı olduğu görülmektedir. Yapılan bir çalışma da belirli bir hastalık türü için sevk zincirinin takip edilmesinin mali açıdan tasarruf sağladığı kanıtlanmaktadır (Bankur, 2017). Mali faydanın yanı sıra sevk zincirinin etkin uygulanması, sağlık çalışanlarının üzerindeki yükü hafifletecek ve tedavi kalitesini artıracaktır. Nitekim mevcut politikalarda da sevk zincirine uyan kişilerden katkı payı alınmaması yönünde planlamaların gündemde olması bu ihtiyacı desteklemektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018).

Katılımcılar tarafından gelen önerilerden bazıları ise bireylerin sağlık hizmetlerini bilinçsiz şekilde kullanmasını engellemeye yöneliktir. Bu kapsamda koruyucu sağlık hizmetlerine ve sağlıklı yaşam projelerine daha fazla önem verilebileceği, ilkökul düzeyinden başlayarak eğitim kurumları, toplum sağlığı merkezleri ve aile hekimliklerinin bu alandaki rolünün artırılması ile toplum bilinçlenmesine fayda sağlayabileceği vurgulanmaktadır. Nitekim çalışmalardan ve klinik deneylerden elde edilen veriler, birçok kronik hastalığın sağlıklı yaşam tarzı ve eğitim ile önlenilebileceğini desteklemektedir (WHO, 2005; Fontana, 2010, s. 7; Pulimeno vd., 2020). Bu kazanımlar eğitim sisteminin, halk sağlığı merkezlerinin ve aile hekimlerinin entegrasyonu ile daha mümkün kılınabilir (Cruden, 2016, s. 7; Abdullah vd., 2022).

Finansal sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik katılımcılardan gelen diğer öneriler ise kayıt dışı istihdam ve işsizlikle mücadele konularının ele alınması, sağlık alanında yerli üretimin artırılması, ithalat bağımlılığını azaltarak maliyetlerin kontrol altında tutulması şeklindedir. Nitekim Özer ve Yıldırım (2016)'ın yapmış olduğu çalışmada finansal sürdürülebilirliği arttırmaya yönelik katılımcılar tarafından sunulan öneriler arasında kayıt dışı ekonominin önüne geçilmesi ve istihdamın artırılması sıklıkla dile getirilen konular olmuştur. Buna ek olarak yerli üretimin artırılması konusunun Türkiye'nin 2024-2028 kalkınma hedefleri arasında yer aldığı konuya verilen önemi göstermektedir. Bunlara ek olarak, Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı'nın yapmış olduğu çalışmalar doğrultusunda yerli aşı, biyoteknolojik ilaç ve tıbbi cihaz üretimine yönelik çeşitli teşebbüslerde bulunmaktadır. Bu kapsamda AR-GE programları ve projeleri hayata geçirilmeye devam etmektedir (TÜSEB, 2025). Türkiye'nin teknoloji ithalatına olan bağımlılığının kontrol altına alınmasının, ilerleyen süreçlerde kalkınma hedeflerine ulaşmada itici güç olurken sürdürülebilir bir finansmanın da anahtar noktası olacağı düşünülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Türkiye sağlık finansman sisteminin güçlü ve zayıf yönlerini paydaş görüşleriyle ortaya koymayı ve geliştirilebilir alanlara yönelik çözüm önerileri sunmayı amaçlamaktadır. Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen çalışmada, kamu ve özel sektör temsilcileri, politika yapımcılar ve uygulayıcılardan oluşan 19 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen görüşmelerde erişim ile hakkaniyet sistemin güçlü yönleri olarak vurgulanırken; geri ödeme yöntemleri, sürdürülebilirlik ve fon toplama gibi alanlar zayıf yönler olarak belirtilmiştir. Katılımcılar tarafından bu sorunların giderilmesine yönelik katkı paylarının artırılması, sevk zincirinin etkinleştirilmesi, kayıt dışılıkla mücadele, yerli üretimin teşviki ve toplumsal bilinçlendirme gibi çeşitli öneriler sunulmuştur.

Elde edilen sonuçlar, sağlık politikaları açısından çeşitli kritik noktaları öne çıkarmaktadır. Öncelikle, erişim ve hakkaniyetin güçlendirilmesi, Türkiye'nin sağlık finansman sisteminde olumlu yönler olarak öne çıkarken, sürdürülebilirlik ve geri ödeme sistemine ilişkin zorluklar, finansal dengeyi sağlama konusunda önemli reformlara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Çalışmadan elde edilen bulgular, sağlık hizmetlerinin etkinliğini artırmak için kamu politikalarında bazı düzenlemelere gidilmesi gerektiğini göstermektedir. Katılımcıların sunduğu çözüm önerileri hem politika düzeyinde hem de pratikte hayata geçirilebilir stratejiler sunmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgulara dayanarak katkı payları ile ilgili düzenlemelere gidilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Katkı paylarının, erişimi zedelemeyen sevk zincirine uygun şekilde artırılması önemlidir. Bu sayede gereksiz sağlık hizmeti kullanımı azalırken, kamu üzerindeki mali yük hafifletilebilir.

Katılımcılar tarafından kayıt dışı istihdamın ve işsizlik oranlarının sağlık sistemine olumsuz etkileri dile getirilmektedir. Bu durum, işsizlik ve emekli nüfusun artışı karşısında aktif çalışan sayısının sınırlı kalması nedeniyle aktüeryal dengenin sağlanmasını zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla uzun vadeli bir finansal istikrar için hem istihdamın artırılması hem de kayıt dışılıkla mücadele önem arz etmektedir. Bu kapsamda, sosyal güvenlik sistemine entegrasyonu sağlayacak denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi ve istihdam yaratma potansiyeli yüksek olan sektörlerde yatırımların artırılması faydalı olabilir. Sosyal güvenlik sisteminin uzun vadeli sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla uluslararası başarılı örnekler incelendiğinde, Danimarka'nın esnek güvence (flexicurity) modeli dikkat çekmektedir. Bu model kapsamında yer alan yeniden istihdam için eğitim programları, iş gücü piyasasında esneklik sağlarken, çalışanlara güvence sunmaktadır (Anderson ve Svarer, 2008). Ayrıca, Danimarka'da 60 yaşındaki çalışanlara yılda iki, 61 yaşından itibaren üç, 62 yaşında ise dört gün ekstra tatil hakkı sunulmakta ve çalışanlara ek ücret ile emeklilik hakları verilmektedir. Bu teşvikler, yaşlı iş gücünün istihdamda kalmasını ve sosyal güvenlik sistemine katkı sağlamasını hedeflemektedir (OECD, 2024, s. 7). Almanya'da ise, düşük ücretli ve kısa süreli işler için oluşturulan "Mini-Job" uygulaması, sosyal güvenlik sistemine düşük primlerle dahil edilmekte ve çalışanlar için neredeyse vergisiz bir gelir imkânı sunmaktadır. Bu uygulama, özellikle gençler ve düşük gelirli çalışanlar için cazip bir seçenek oluştururken, aynı zamanda kayıt dışı istihdamın önüne geçmektedir (Collischon vd., 2024).

Yukarıda bahsedilen uygulamaların yanı sıra bireylerin sağlık okuryazarlığının geliştirilmesine yönelik çalışma ve projelerin artırılması hem sağlık hizmetlerine olan talebi hem de maliyetleri azaltmaya fayda sağlayacaktır. Sağlık okuryazarlığı yüksek bireylerin, sağlık hizmetlerini bilinçli kullanarak gereksiz başvuruları azalttığı, koruyucu sağlık hizmetlerinden daha etkin yararlandığı ve daha iyi bir sağlık durumuna sahip olduğu bilinmektedir (Berkman vd., 2011; Yokoyama, 2023). 2003 yılında başlatılan Sağlıkta Dönüşüm Programı (SDP) kapsamında aile hekimliği uygulaması yaygınlaştırılmış ve birinci basamak hizmetleri güçlendirilmiştir. Ancak, çalışmada elde edilen bulgular, bireylerin birinci basamağı yeterince etkin kullanmadığını göstermektedir. Bu durum, gereksiz sağlık harcamalarını arttırırken finansal sürdürülebilirliğin zayıflamasına neden olmaktadır. Bu nedenle, birinci

basamak sağlık hizmetlerine yönelik farkındalığın artırılması ve sevk zincirinin yeniden yapılandırılması, sağlık sisteminin finansal dengesini korumak açısından kritik önem taşımaktadır. Sevk sistemine uygun bir şekilde hizmet alınması durumunda katkı paylarının azaltılmasına yönelik yapılan yeni düzenlemeler konunun önemini göstermektedir. Bunlara ek olarak erken teşhis ile finansal yük azaltılabilir ve sürdürülebilirlik konusunda iyileştirmeler sağlanabilir. Türkiye’de birinci basamak sağlık hizmetleri kapsamında yürütülen sağlık politikaları, özellikle aile hekimliği sistemi ve ulusal kanser tarama programları gibi uygulamalar bu hedefe yönelik olarak atılan adımlardan bir kaçıdır. Bunlara ek olarak sağlık okuryazarlığı ve hizmetlere yönelik farkındalığın artırılması, erken teşhis hizmetlerinin daha etkin kullanılmasına ve sağlık sistemine olan mali yükün azaltılmasına katkı sağlayabilir. Ayrıca yatan hastalara yönelik birtakım çalışmalar planlanabilir. Örneğin hastanelerde yatan hastalara yönelik düzenlenen hasta okullarında, taburcu olduktan sonra dikkat edilmesi gereken konular, beslenme, kronik hastalıkla yaşam, doğru ilaç kullanımı gibi konularda eğitimler verilebilir.

Katılımcılar tarafında sıklıkla dile getirilen sorunlardan birisi de SUT fiyatları olmuştur. SUT fiyatlarında gerekli düzenlemelerin yapılmaması hastanelerin finansal zorluklar yaşamalarına ve ek ödemelere yönelmesine neden olmaktadır. Özel sağlık kurumlarında bu durum resmi fiyatlar dışında ek ücretler ödenmesine yol açmakta ve neticede kişilerin özel sağlık kuruluşlarına erişimleri güçleşmektedir. Bu sorunun çözümü için SUT fiyatlarını belirleyen komisyona kamu ve özel sektör temsilcilerinin dahil edilmesi önerilmektedir. Ayrıca, fiyatların ÜFE/TÜFE, döviz kuru, asgari ücret artış oranları ve memur maaş katsayılarındaki değişimler dikkate alınarak periyodik olarak güncellenmesi faydalı olabilir. Bu çalışma, sağlık finansman sisteminde önemli kavramlar olan erişim, hakkaniyet, verimlilik ve sürdürülebilirliği bir arada ele alarak genel bir bakış açısı sunmaktadır. Ancak, her bir kavramın başka araştırmacılar tarafından ayrı ayrı ve derinlemesine incelenmesi, daha spesifik çözüm önerilerinin geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Küresel açıdan değerlendirildiğinde Türkiye’nin sağlık finansman sistemi, kapsamlı ve merkezi yapısıyla sağlık hizmetlerine erişim konusunda önemli bir başarı elde etmiş olsa da sürdürülebilirlik ve verimlilik gibi konularda geliştirilmesi gereken yönleri sahiptir. Gelecekte Türkiye’nin sağlık finansmanı konusundaki deneyimi, farklı ülkelere örnek teşkil edebileceği gibi, karşılaşılan zorlukların da birçok ülke için ders niteliğinde olabileceği düşünülmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Abdullah, M. Y., Alshehri, S. A., Mahnashi, H. A., Alshahrani, S. S., Alkhalidi, S. S., Alshammari, S. M. ... ve Binnahri, M. (2022). Role of primary care physician in health promotion and education. *Int J Community Med Public Health*, 9, 4705-9.
- Abuya, T., Obare, F., Matanda, D., Dennis, M. L. ve Bellows, B. (2018). Stakeholder perspectives regarding transfer of free maternity services to National Health Insurance Fund in Kenya: Implications for universal health coverage. *The International Journal of Health Planning and Management*, 33(2), e648-e662.
- Acar, E. (2019). *Sağlıkta geri ödeme sistemlerinin incelenmesi ve Türkiye’de kullanılan geri ödeme sisteminin değerlendirilmesi*. [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi.
- Afriyie, D. O., Hooley, B., Mhalu, G., Tediosi, F. ve Mtenga, S. M. (2021). Governance factors that affect the implementation of health financing reforms in Tanzania: An exploratory study of stakeholders’ perspectives. *BMJ Global Health*, 6(8), e005964.
- Agartan, T. I. (2021). Politics of success stories in the path towards universal health coverage: The case of Turkey. *Development Policy Review*, 39(2), 283-302.
- Alfaro, M., Muñoz-Godoy, D., Vargas, M., Fuertes, G., Duran, C., Ternero, R., ... ve Karstegl, N. (2021). National health systems and COVID-19 death toll doubling time. *Frontiers in public health*, 9, 669038.

- Anderson, T. M. ve Svarer, M. (2008). Flexicurity in Denmark. *CESifo DICE Report*, 6(4), 15-20
- Attila, İ. ve Gülay, A. (2022). Türkiye'de genel sağlık sigortası'nın sürdürülebilirliği için zorunlu tamamlayıcı sağlık sigortası modeli önerisi. *Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 17-40.
- Atun, R. Aydın, S. Chakraborty, S. Sümer, S., Aran, M., Gürol, I. ... ve Akdağ, R. (2013). Universal health coverage in Turkey: Enhancement of equity. *The Lancet*, 382(9886), 65-99.
- Aycıl, K. ve Köse, İ. (2020). Türkiye'de sağlık yöneticileri açısından DRG uygulamasının değerlendirilmesi. *Sağlık Sistemleri ve Politikaları Dergisi*, 2(1), 33-55.
- Balcı, N. ve Gümüş, G. K. (2021). Financial sustainability of the Turkish health care system: Experts' opinion. *İzmir İktisat Dergisi*, 36(1), 61-79.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Bankur, M. (2017). Aile hekimliğinde zorunlu sevk zincirinin uygulanmamasının sağlık harcamalarına etkisi: Üst solunum yolu enfeksiyonları üzerine bir uygulama. *Sosyal Güvence*, 6(12), 60-88.
- Barouni, M., Ahmadian, L., Anari, H. S. ve Mohsenbeigi, E. (2020). Investigation of the impact of DRG based reimbursement mechanisms on quality of care, capacity utilization, and efficiency-a systematic review. *International Journal of Healthcare Management*, 1(12). Doi: 10.1080/20479700.2020.1782663
- Barr, J. M. ve Goss, S. C. (2018). *An actuarial perspective on the 2011 social security trustees report*. American Academy of Actuaries.
- Berkman, N. D., Sheridan, S. L., Donahue, K. E., Halpern, D. J. ve Crotty, K. (2011). Low health literacy and health outcomes: an updated systematic review. *Annals of internal medicine*, 155(2), 97-107.
- Braveman, P. ve Gruskin, S. (2003). Defining equity in health. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 57(4), 254-258.
- Choi, J. W., Kim, S. J., Park, H. K., Jang, S. I., Kim, T. H. ve Park, E. C. (2019). Effects of a mandatory DRG payment system in South Korea: Analysis of multi-year nationwide hospital claims data. *BMC Health Services Research*, 19(1), 1-9.
- Collischon, M., Herget, A. ve Riphahn, R. T. (2024). Minijobs as stepping stones to regular employment: overall trends and the role of Midijob reforms. *Journal for Labour Market Research*, 58(1), 15.
- Cruden, G., Kelleher, K., Kellam, S. ve Brown, C. H. (2016). Increasing the delivery of preventive health services in public education. *American Journal of Preventive Medicine*, 51(4), S158-S167.
- Eriçok, R. E. (2023). Sağlık sisteminde mali sürdürülebilirlik tartışmaları: Türkiye örneği, U. Selen ve A. Gerçek , (Ed), *Maliye Araştırmaları-6* içinde (s.110-131). Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Erumut, M. C. (2015). Türkiye için alternatif sağlık finansman önerisi: İki sütunlu sistem. *Sosyal Güvence Dergisi*, 15, 93-126.
- European Observatory on Health Systems and Policies & World Health Organization. Regional Office for Europe. (2022). *Health Systems in Action: Türkiye: 2022*. <https://iris.who.int/handle/10665/362347> adresinden 24 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.

- Fontana, L. (2009). Modulating human aging and age-associated diseases. *Biochimica et Biophysica Acta (BBA)-General Subjects*, 1790(10), 1133-1138.
- Ganza, P., Atiase, V., Ameh, J., Sambian, R. ve Agbanyo, S. (2022). Sustaining healthcare financing in Africa: The stakeholder perspective. *The Academy of Sustainable Finance, Accounting, Accountability & Governance – The Role of Accounting, Finance & Governance in Sustainability and Sustainable Development, Turkey*. İstanbul, Türkiye.
- Göktaş, P. (2018). *SUT fiyatlarında 12 yıldır düzenleme yapılmamasının sonuçları ne oldu?*. <https://www.klimik.org.tr/2018/01/03/sut-fiyatlarinda-12-yildir-duzenleme-yapilmamasinin-sonuclari-ne-oldu/> adresinden 21 Mayıs 2021 tarihinde alınmıştır.
- Grépin, K. A., Irwin, B. R. ve Sas Trakinsky, B. (2020). On the measurement of financial protection: An assessment of the usefulness of the catastrophic health expenditure indicator to monitor progress towards universal health coverage. *Health Systems & Reform*, 6(1), e1744988.
- Güçlü, İ. (2019). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri teknik – yaklaşım – uygulama* (1. Baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güvercin, A., Mil, H. İ. ve Tarım, B. (2016). Sağlık hizmetlerinin finansmanı ve sosyal güvenlik kurumu (SGK). *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(13), 80-95.
- Jadoo, S. A. A., Aljunid, S. M., Sulku, S. N. ve Nur, A. M. (2014). Turkish health system reform from the people's perspective: A cross sectional study. *BMC Health Services Research*, 14(1), 1-9.
- Kara, F. ve Öztürk, İ. (2021). Birinci basamak sağlık hizmetlerinin karşılaştırmalı analizi (benchmarking): Türkiye ve İspanya örneği. *Batı Karadeniz Tıp Dergisi*, 5(1), 19-26.
- Karaca, C. ve Çam, Y. (2019). Türkiye’de sosyal devlet anlayışının değerlendirilmesi. *Maliye Dergisi*, 176, 72-97.
- Koçkaya, G., Oguzhan, G. ve Çalışkan, Z. (2021). Changes in catastrophic health expenditures depending on health policies in Turkey. *Frontiers in Public Health*, 8, 614449.
- Kozuń-Cieślak, G. ve Zdrazil, P. (2021). Efficiency of healthcare systems in the European Union states - who performs better - bismarckians or beveridgeans?. *European Research Studies Journal*, XXIV(4), 397-411
- Liaropoulos, L. ve Goranitis, I. (2015). Health care financing and the sustainability of health systems. *International Journal for Equity in Health*, 14(80), 1-4.
- Lorenzoni, L., Marino A., Morgan D. ve James, C. (2019). *Health spending projections to 2030: New results based on a revised OECD methodology*. OECD Health Working Papers. No. 110. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/5667f23d-en>
- Mossialos, E., Papanicolas, I. ve Smith, P. C. (2008). *Performance measurement for health system improvement: experiences, challenges and prospects*. WHO Regional Office for Europe.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2015) *Healthcare costs unsustainable in advanced economies without reform*. <http://www.oecd.org/health/healthcarecostsunsustainableinadvancedeconomieswithoutreform.htm> adresinden 21 Mayıs 2021 tarihinde alınmıştır.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2024). *Health expenditure and financing*. <https://stats.oecd.org/Index.aspx?ThemeTreeId=9#> adresinden 1 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.

- Organisation for Economic Co-operation and Development (2024). *Key policies to promote longer working lives: Country note Denmark*. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/10/key-policies-to-promote-longer-working-live-country-notes_a9fc14ca/denmark_70fdce64/9ed75592-en.pdf adresinden 24 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Özer, Ö. ve Yıldırım, H., H. (2016). Türkiye sağlık sisteminin finansal sürdürülebilirliğine yönelik bir uygulama. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 149-161.
- Pulimeno, M., Piscitelli, P., Colazzo, S., Colao, A. ve Miani, A. (2020). School as ideal setting to promote health and wellbeing among young people. *Health Promotion Perspectives*, 10(4), 316.
- Qolipour, M., Faraji Khiavi, F. ve Saadati, M. (2017). An association between change in health expenditures and health indicators; A cross country comparison. *Iranian Journal of Health Sciences*, 5(2), 32-41.
- Sammour, G., Alghzawi, A. ve Vanhoof, K. (2020). A fuzzy cognitive map approach to investigate the sustainability of the social security system in Jordan. *ICEIS 2020 - 22nd International Conference on Enterprise Information Systems* (s. 481-489). Çek Cumhuriyeti, Prag.
- Shrime, M. G., Dare, A. J., Alkire, B. C., O'Neill, K. ve Meara, J. G. (2015). Catastrophic expenditure to pay for surgery: A global estimate. *The Lancet. Global Health*, 3(0 2), 38-44.
- Šimović, H., Mihelja Žaja, M. ve Primorac, M. (2021). Fiscal (un) sustainability of the croatian healthcare system: Additional impact of the COVID-19 crisis. *Public Sector Economics*, 45(4), 495-515.
- Sosyal Güvenlik Kurumu. (2024). *Sağlık istatistikleri aylık bülteni Ocak 2024*. <https://www.sgk.gov.tr/Istatistik/Aylık/42919466-593f-4600-937d-1f95c9e252e6/> adresinden 28 Nisan 2024 tarihinde alınmıştır.
- Soysal, A. ve Yağar, F. (2015). Sağlıkta Dönüşüm Programı: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesinde bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 313-344.
- Şahin, K. ve Cezlan, E. Ç. (2023). OECD ülkelerinin sağlık göstergeleri ve sağlık finansman modellerinin karşılaştırılması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 41(1), 44-61.
- Şantaş, F. ve Çıraklı, Ü. (2019). Sağlık hizmetlerinin finansman ve geri ödenme yöntemleri: Türkiye’de mevcut durum. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 5(1), 12 -20.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2018). *On birinci kalkınma planı (2019-2023)*. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Planı-2019-2023.pdf adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2023). *On ikinci kalkınma planı (2024-2028)*. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/11/On-Ikinci-Kalkinma-Planı_2024-2028_17112023.pdf adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- T.C. Resmî Gazete. (2025). Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (Kanun No: 7538). (2025, 15 Ocak) - <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2025/01/20250115-1.htm>
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2003). Sağlıkta Dönüşüm Programı. Sağlık Bakanlığı Yayınları. <https://www.saglik.gov.tr/TR,11415/saglikta-donusum-programi.html> adresinden 8 Şubat 2025 tarihinde alınmıştır.

- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2019). *Sağlık istatistikleri yılı*. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/48054/0/siy202205042024pdf.pdf> adresinden 11 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Tatar, M. (2011). Sağlık hizmetlerinin finansman modelleri: Sosyal Sağlık Sigortasının Türkiye’de gelişimi. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 1(1),103-133.
- Thomson, S., Cylus, J. ve Evetovits, T. (2019). Can people afford to pay for health care? New evidence on financial protection in Europe. *Eurohealth*, 25(3), 41-46.
- Trotter, R. T. (2012). Qualitative research sample design and sample size: Resolving and unresolved issues and inferential imperatives. *Preventive Medicine*, 55(5), 398-400.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2023). *Sağlık harcamaları istatistikleri*, 2022. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Health-Expenditure-Statistics-2022-49676> adresinden 28 Nisan 2024 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (TÜSEB). (2025). <https://www.tuseb.gov.tr/> adresinden 7 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- World Bank ve World Health Organization. (WB ve WHO) (2017). *Half the world lacks access to essential health services, 100 million still pushed into extreme poverty because of health expenses*. 2017. <https://www.who.int/news/item/13-12-2017-world-bank-and-who-half-the-world-lacks-access-to-essential-health-services-100-million-still-pushed-into-extreme-poverty-because-of-health-expenses> adresinden 25 Nisan 2024 tarihinde alınmıştır.
- World Economic Forum (WEF). (2012). *The financial sustainability of health systems: A case for change*. World Economic Forum.
- World Health Organization (WHO). (2000). *The world health report 2000: Health systems: improving performance*. World Health Organization.
- World Health Organization (WHO). (2005). *Preventing chronic diseases : a vital investment*: WHO global report. World Health Organization.
- World Health Organization (WHO). (2010). *A conceptual framework for action on the social determinants of health*. Geneva: World Health Organization.
- World Health Organization (WHO). (2022). *Health systems in action: Türkiye: 2022 Edition*. World Health Organization.
- World Health Organization (WHO). (2023). *Global health expenditure database*. <https://apps.who.int/nha/database/ViewData/Indicators/en> adresinden 8 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Yıldız, S. (2017) Sosyal bilimlerde örnekleme sorunu: Nicel ve nitel paradigmalardan örnekleme kuramına bütüncül bir bakış *Kesit Akademi Dergisi*, 3(11), 421-442.
- Yiğit, A. ve Yiğit, V. (2016). Üniversite hastanelerinin finansal sürdürülebilirliği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 265-266.
- Yokoyama, H., Imai, D., Suzuki, Y., Ogita, A., Watanabe, H., Kawabata, H. ... ve Okazaki, K. (2023). Health literacy among Japanese college students: Association with healthy lifestyle and subjective health status. *Healthcare*, 11(5), 704

Zeng, W., Kim, C., Archer, L., Sayedi, O., Jabarkhil, M. Y. ve Sears, K. (2017). Assessing the feasibility of introducing health insurance in Afghanistan: a qualitative stakeholder analysis. *BMC health services research*, 17, 1-9.

Zou, K., Li, H. Y., Zhou, D. ve Liao, Z. J. (2020). *The effects of diagnosis-related groups payment on hospital healthcare in China: a systematic review*. *BMC Health Services Research*, 20(1), 112.

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

ULUSLARARASI TİCARETTE FİKRİ VE SİNAİ MÜLKİYET HAKLARININ ROLÜ: KÜRESEL REKABETİN YENİ BOYUTLARI*

THE ROLE OF INTELLECTUAL AND INDUSTRIAL PROPERTY RIGHTS IN INTERNATIONAL TRADE: NEW DIMENSIONS OF GLOBAL COMPETITION

Hülya BOYLU¹

Doç. Dr. Ayberk ŞEKER²

ÖZ

Bu çalışma, fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret üzerindeki etkisini analiz etmektedir. Küreselleşen ekonomilerde, inovasyonun teşvik edilmesi ve rekabet avantajının korunması için fikri mülkiyetin güvence altına alınması büyük önem taşımaktadır. Çalışmada, 68 ülkenin 2007-2023 dönemi verileri kullanılarak panel veri analizi yapılmış ve fikri mülkiyet haklarının ticaret hacmi, doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme ile ilişkisi incelenmiştir. Bulgular, güçlü fikri mülkiyet korumasına sahip ülkelerde ticaret hacminin arttığını ve bu ülkelerin uluslararası piyasalarda daha rekabetçi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, fikri mülkiyet haklarının gayrisafi yurtiçi hasıla ve yabancı yatırım akışları ile karşılıklı bir etkileşim içinde olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar, fikri mülkiyet koruma mekanizmalarının güçlendirilmesinin ekonomik kalkınmayı destekleyebileceğini göstermektedir. Politika yapımcılar için öneriler, fikri mülkiyet haklarının daha etkin korunması ve uluslararası ticaretin sürdürülebilir büyümesine katkı sağlayacak düzenlemelerin geliştirilmesine odaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları, Uluslararası Ticaret, Patent, İnovasyon, Panel Veri Analizi.

JEL Sınıflandırma Kodları: C23, F14, F43, O34.

ABSTRACT

The study examines the impact of intellectual and industrial property rights on international trade. In an increasingly globalized economy, securing intellectual property is essential for fostering innovation and maintaining competitive advantages. Using panel data analysis covering 68 countries from 2007 to 2023, the study investigates the relationship between intellectual property rights, trade volume, foreign direct investment, and economic growth. The findings indicate that countries with stronger intellectual property protection experience higher trade volumes and enhance competitiveness in global markets. Additionally, intellectual property rights demonstrate a reciprocal relationship with GDP and foreign investment flows. These results suggest that strengthening intellectual property protection mechanisms can support economic growth and innovation. Policy recommendations focus on enhancing the enforcement of intellectual property rights and developing regulatory frameworks that contribute to the sustainable expansion of international trade.

Keywords: Intellectual and Industrial Property Rights, International Trade, Patent, Innovation, Panel Data Analysis.

JEL Classification Codes: C23, F14, F43, O34.

* Bu çalışma Ayberk ŞEKER danışmanlığında Hülya BOYLU tarafından hazırlanan ve 06.02.2024 tarihinde savunulan “Fikri ve Sınai Mülkiyet Haklarının Uluslararası Ticaret Üzerindeki Etkileri” başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanarak hazırlanmıştır.

¹  Bursa Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı, Bilim Uzmanı, hulyaboylu@gmail.com

²  Bursa Teknik Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, ayberk.seker@btu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

In today's rapidly evolving global economy, international trade serves as a key driver of economic growth, innovation, and technological advancement. The increasing interconnectedness of economies has highlighted the importance of protecting intellectual and industrial property rights to ensure fair competition and sustainable innovation. The expansion of knowledge-based economies has reinforced the role of intellectual and industrial property rights in fostering research and development, attracting investment, and preventing unauthorized use or reproduction of registered innovations. As globalization intensifies, the implementation of effective legal frameworks governing patents, trademarks, copyrights, and industrial designs has become crucial for maintaining competitive advantages and ensuring market stability. Despite the well-documented significance of intellectual and industrial property rights in promoting innovation and economic growth, their direct impact on international trade remains relatively underexplored. This study aims to fill this gap by empirically analyzing the effects of intellectual and industrial property rights on trade flows, foreign direct investment, and economic performance across 68 countries over the period 2007–2023. The research investigates whether stronger intellectual and industrial property rights protection enhances a country's trade competitiveness and evaluates the extent to which intellectual and industrial property rights policies influence global trade patterns.

Design/methodology/approach:

The study employs panel data analysis to examine the relationship between IPR protection and international trade. The dataset includes key macroeconomic indicators obtained from international organizations such as the World Bank, the World Intellectual Property Organization (WIPO), and the Property Rights Alliance. The dependent variable is the total trade volume (sum of exports and imports), while the independent variables include GDP, exchange rates, FDI inflows, the number of domestic patents, and an intellectual property rights index. To ensure robust results, panel unit root tests are conducted to assess the stationarity of the variables. Subsequently, panel data estimation techniques are applied to identify elasticity relationships between the variables. Fixed and random effects models are estimated, and the Hausman test is used to determine the most appropriate model. Additionally, robust estimation techniques, such as the Parks-Kmenta estimator, are employed to address issues of heteroskedasticity and cross-sectional dependence. In addition, the causality relationships between the variables are analyzed through the Dumitrescu-Hurlin panel causality test.

Findings:

The empirical results demonstrate that countries with stronger intellectual and industrial property rights experience higher trade volumes and increased competitiveness in global markets. The panel data analysis reveals a significant positive correlation between IPR strength and trade activity, with a 1% increase in the intellectual property rights index leading to a 0.14% rise in trade volume. Additionally, the findings confirm a bidirectional causal relationship between IPRs, GDP, and FDI flows, suggesting that effective intellectual property protection fosters economic stability while attracting foreign investors. Moreover, the results highlight that insufficient IPR protection in developing economies hampers their ability to integrate into global trade networks. Countries with weak enforcement mechanisms exhibit lower export performance and reduced investment inflows, ultimately limiting their potential for technological advancement. The findings also indicate that IPR protection plays a crucial role in mitigating trade-related disputes and enhancing the credibility of domestic industries in international markets.

Conclusion and Discussion:

The study underscores the importance of intellectual property rights as a key determinant of sustainable international trade. Strong intellectual property rights policies contribute to greater foreign investment, increased technological transfer, and enhanced market competitiveness. The results suggest that countries with well-established intellectual property rights frameworks benefit from higher levels of economic resilience and industrial innovation. However, the study also highlights the challenges faced by developing economies in enforcing intellectual property protections. Weak institutional frameworks and limited enforcement mechanisms often lead to lower levels of trade integration and reduced attractiveness for foreign investors. To address these challenges, policymakers should focus on strengthening legal frameworks, improving enforcement mechanisms, and fostering international cooperation on intellectual property regulations. In light of these findings, the study includes a number of substantial policy recommendations. First, countries need to improve intellectual property rights enforcement. National and international mechanisms should be strengthened to ensure effective enforcement of intellectual property rights laws. In addition, innovation needs to be encouraged. Research and development investments should be encouraged through incentives and funding programs to promote technological advances. Third, harmonization of global intellectual property rights policies is essential for sustainable trade. It is vital to align national regulations with international best practices to facilitate cross-border trade and investment. In addition, capacity building needs to be undertaken in emerging economies. Technical assistance and training programs should be provided to improve intellectual property rights enforcement in emerging markets. By implementing these strategies, governments can enhance trade competitiveness, attract foreign investment, and ensure long-term economic growth while maintaining fair and sustainable global trade practices.

1. GİRİŞ

Günümüzün hızla gelişen küresel ekonomisinde, uluslararası ticaret ekonomik büyümenin, inovasyonun ve teknolojik ilerlemenin temel itici gücü haline gelmiştir. Ekonomilerin giderek artan birbirine bağılılığı, adil rekabeti ve sürdürülebilir inovasyonu sağlamak için fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunmasının önemini artırmıştır. Teknolojinin gelişmesi ve bilgi tabanlı ekonomilerin yükselişi, fikri ve sınai mülkiyet haklarının araştırma ve geliştirmeyi (Ar-Ge), yatırımı teşvik etme ve tescilli inovasyonları yetkisiz kullanımdan veya çoğaltmadan korumadaki önemini pekiştirmiştir (Parlak yıldız ve Güvel, 2015, s. 30). Küreselleşme düzeyi arttıkça, patentleri, ticari markaları, telif haklarını ve endüstriyel tasarımları yöneten etkili yasal çerçeveler, rekabet avantajlarını sürdürmek ve piyasa istikrarını sağlamak için vazgeçilmez araçlar haline gelmiştir.

Fikri ve sınai mülkiyet hakları, inovasyonu ve ekonomik rekabeti teşvik etmek için kritik mekanizmalar olarak hizmet etmektedir. Fikri ve sınai mülkiyet haklarının uygulanması, yüksek katma değerli ürünlerin geliştirilmesini kolaylaştırır, doğrudan yabancı yatırımı çeker ve firmaların küresel pazarda rekabet etme yeteneğini artırır (Gemrik ve Aytemiz, 2016, s. 21). Güçlü fikri ve sınai mülkiyet hakları politikaları, işletmeleri Ar-Ge'ye yatırım yapmaya ve kötüye kullanma riski olmadan yeni teknolojileri pazara sunmaya teşvik ederek yasal kesinlik sağlamaktadır. İyi kurulmuş fikri ve sınai mülkiyet hakları çerçevelerine sahip ülkeler, daha yüksek düzeyde teknolojik ilerleme, ekonomik çeşitlilik ve endüstriyel dayanıklılık sergileme eğilimindedirler.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının önemi ekonomik faydaların ötesine uzanmaktadır. Çünkü bilgi ekonomilerinin yaratılmasına da katkıda bulunmaktadır. Yenilikçi fikirlerin ve ürünlerin korunmasını sağlayarak, bu haklar yaratıcı endüstrileri ve teknolojik girişimciliği teşvik etmektedir. Dahası, fikri ve sınai mülkiyet hakları düzenlemelerinin uluslararası düzeyde uyumlu hale getirilmesi, Ticaretle İlgili Fikri Mülkiyet Hakları Yönerisi (TRIPS) gibi anlaşmalar aracılığıyla, sınır ötesi ticareti kolaylaştırmış ve fikri mülkiyet hırsızlığı vakalarını azaltmıştır (Yüksel, 2001, s. 560). Ancak, özellikle gelişmekte olan ekonomilerde fikri ve sınai mülkiyet haklarını uygulamayla ilişkili zorluklar, daha güçlü küresel iş birliği ve politika uyumuna olan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Patent koruması, mucitlere yeniliklerini belirli bir süre boyunca ticarileştirmeleri için münhasır haklar veren fikri ve sınai mülkiyet hakları sisteminin temel yapı taşıdır. Bu münhasırlık, araştırma yoğun endüstrilere yatırımı teşvik ederek endüstriyel büyümeyi yönlendiren teknolojik atılımlara yol açmaktadır. Sağlam patent sistemlerine sahip ekonomilerin daha yüksek yenilik oranları ve Ar-Ge yoğun sektörlerde daha fazla sermaye girişi yaşandığı görülmektedir (Levent, 2010, s. 52). Ancak, patent tekelleri ve rekabeti engelleme potansiyelleri konusundaki endişeler, patent haklarının optimum süresi ve kapsamı konusunda tartışmalara yol açmıştır (Zirnsteyn, 2005, s. 294).

Patent İşbirliği Anlaşması (PCT), mucitlerin tek bir başvuru süreciyle birden fazla ülkede patent almasını sağlayarak, yargı bölgeleri arasında patent korumasını standartlaştırmada önemli bir rol oynamıştır. Bu gelişmelere rağmen, patent uygulama mekanizmalarındaki eşitsizlikler, özellikle sahte malların ve patent ihlallerinin endüstriyel büyümeyi baltaladığı gelişmekte olan ülkelerde önemli bir zorluk olmaya devam etmektedir (TPE, 2003). Bu boşlukları daha güçlü uluslararası işbirliği ve kapasite geliştirme girişimleri yoluyla ele almak, inovasyon odaklı ekonomik fırsatlara eşit erişimi sağlamak için elzemdir.

Ticari markalar, pazardaki ürün ve hizmetleri ayırt etmede, marka tanınırlığını teşvik etmede ve tüketici güveni oluşturmada önemli bir rol oynar. Sahte ürünlerin ve ticari marka ihlallerinin yaygınlaşması, işletmeler ve tüketiciler için önemli zorluklar oluşturmaktadır. Etkili ticari marka tescil sistemleri, marka zayıflamasını önlemeye yardımcı olmakta ve şirketlerin pazar kimlikleri üzerinde kontrol sahibi olmalarını sağlamaktadır (Aktuğlu, 2016). Türk Patent Enstitüsü, pazar şeffaflığını artırmak ve hileli uygulamaları azaltmak için net ve standartlaştırılmış ticari marka düzenlemelerine olan ihtiyacı vurgulamaktadır (TPE, 2003).

Küreselleşmiş bir ticaret ortamında, markalar değerli maddi olmayan varlıklar olarak hizmet etmekte ve ekonomik önem açısından fiziksel varlıkları sıklıkla geride bırakmaktadır. Güçlü marka koruma mekanizmaları yalnızca işletmelere fayda sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda ürün özgünlüğünü ve kalite güvencesini sağlayarak tüketici refahına da katkıda bulunmaktadır. Kapsamlı marka politikaları uygulayan ülkeler daha yüksek düzeyde marka değeri ve küresel pazar rekabeti deneyimleme eğilimindedir (Karaahmet, 1995, s. 391).

Coğrafi işaretler, bölgeye özgü ürünlerin belirgin niteliklerini koruyarak fikri ve sınai mülkiyet hakları çerçevesinin bir diğer hayati bileşenini temsil etmektedir. Bu işaretler, geleneksel ve el yapımı ürünlerin pazarlanabilirliğini artırarak ekonomik katalizör görevi görmek ve böylece kırsal ekonomileri ve kültürel mirasın

korunmasını desteklemektedir. Avrupa Birliği, bölgesel spesiyaliteleri taklit ve yanlış tanıttımdan korumak için sıkı coğrafi işaret kayıt prosedürleri oluşturmuştur (TPE, 2003). Coğrafi işaret korumalı ürünler uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlamak ve bölgesel ekonomileri güçlendirmektedir (Şahin, 2013, s. 27). Ancak, özellikle düzenleyici çerçevelerin daha az katı olabileceği Avrupa Birliği dışı ülkelerde, coğrafi işaretler için küresel tanınma elde etmede zorluklar devam etmektedir. Bölgesel olarak farklı ürünlerin ekonomik potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için ikili ve çok taraflı ticaret anlaşmaları yoluyla uluslararası coğrafi işaret korumasını güçlendirmek esastır.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının ekonomik ve ticari faydalarının yanında, etkin bir şekilde uygulanması ile ilgili çeşitli zorluklar devam etmektedir. Birçok gelişmekte olan ülkede, zayıf kurumsal çerçeveler ve yetersiz yasal uygulama mekanizmaları yaygın sahtecilik ve fikri mülkiyet ihlallerine yol açmaktadır. Bu zorluklar yatırımcı güvenini zayıflatmakta ve çok uluslu şirketleri daha gevşek fikri ve sınai mülkiyet hakları korumalarına sahip bölgelerde faaliyet göstermekten caydırmaktadır (Bardakçı, 2020, s.80). Bununla birlikte, ticaretin dijitalleştirilmesi ile çevrimiçi platformların fikri mülkiyet ihlalleri için önemli noktalar haline gelmesiyle fikri ve sınai mülkiyet hakları uygulamasını daha da karmaşık hale getirmiştir. E-ticaretin yükselişi, dijital korsanlık, marka sahteciliği ve patent ihlalleriyle mücadele için gelişmiş düzenleyici önlemlerin geliştirilmesini gerektirmiştir (Curtis, 2012, s. 10). Bu durum hükümetler ve uluslararası kuruluşların, fikri mülkiyet korumasının gelişen manzarasını ele alan uyarlanabilir yasal çerçeveleri uygulamak için iş birliği yapması zorunluluğunu doğurmuştur. Bu doğrultuda gelecekte blokzincir ve yapay zekâ (YZ) gibi yeni ortaya çıkan teknolojilerin fikri mülkiyet yönetimine entegrasyonu, hakların uygulanmasında şeffaflığı ve verimliliği artırma konusunda umut vaat etmektedir. Blokzincir tabanlı patent kayıtları ve YZ destekli ticari marka izleme sistemleri, fikri ve sınai mülkiyet haklarının dijital çağda nasıl korunduğu ve yönetildiği konusunda devrim yaratma potansiyeline sahiptir (Parkin, 1993). Politika yapımcıların fikri varlıkları korumak ve küresel ekonomide adil rekabeti teşvik etmek için teknolojik çözümlere yatırım yapmaya öncelik vermesi elzemdir.

Fikri ve sınai mülkiyet hakları, modern ekonomik sistemlerin temel direkleri olarak hizmet etmekte, yeniliği teşvik etmekte, yatırımları korumakta ve piyasa rekabet gücünü artırmaktadır. Küreselleşme ve dijital dönüşüm uluslararası ticaret dinamiklerini yeniden şekillendirmeye devam ederken, fikri ve sınai mülkiyet hakları uygulama mekanizmalarını güçlendirmek ekonomik büyümeyi ve teknolojik ilerlemeyi sürdürmek için kritik öneme sahip olacaktır. Patentler, ticari markalar, telif hakları ve coğrafi işaretler arasındaki etkileşim, fikri ve sınai mülkiyet haklarının çok yönlü doğasını ve küresel ticaret için kapsamlı etkilerini vurgulamaktadır. Ülkeler, sağlam yasal çerçeveler benimseyerek ve teknolojik ilerlemelerden yararlanarak, fikri ve sınai mülkiyet haklarının yenilik odaklı gelişmeyi teşvik etmek ve adil piyasa rekabetini sürdürmek için etkili araçlar olmaya devam etmesini sağlayabilirler. Bu doğrultuda, gelecekteki araştırmaların ortaya koyulan yasal düzenlemelerin fikri ve sınai mülkiyet hakları etkinliği üzerindeki etkisini araştırması ve uluslararası iş birliğinin rolünü değerlendirmesi önem arz etmektedir.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması ve teşviki, bilgi ekonomilerinin ilerlemesi ve adil ticaret uygulamalarının kolaylaştırılması için merkezi olmaya devam edecektir. Bu hakların sıkı düzenleyici önlemler ve uluslararası iş birliği yoluyla desteklenmesinin sağlanması, giderek daha fazla birbirine bağlı hale gelen bir dünyada ekonomik dayanıklılığın sürdürülmesi için elzem olacaktır (Dinopoulos ve Segerstrom, 2010, s. 13). Çalışmanın ikinci bölümünde, fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret üzerindeki etkisine ilişkin literatürün kapsamlı bir incelemesi sunulmuştur. Ardından, araştırmada kullanılan model ve metodolojinin ayrıntılı bir açıklaması yapılmıştır. Sonrasında, ekonometrik analizler gerçekleştirilmiş ve ampirik bulgular değerlendirilmiştir. Son olarak, çalışmanın bulgularına dayalı politika önerileriyle birlikte sonuçların genel bir değerlendirmesi sunulmuştur.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Fikri ve sınai mülkiyet hakları, yenilikleri güvence altına alarak, ekonomik büyümeyi teşvik ederek ve adil rekabeti destekleyerek uluslararası ticarete temel bir rol oynamaktadır. Literatürde çok sayıda çalışma fikri ve sınai mülkiyet haklarının evrimini, önemini ve ekonomik etkilerini incelemiş ve küresel piyasa dinamiklerini şekillendirmedeki rollerini vurgulamıştır. Bu bölümde, fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret üzerindeki etkisine ilişkin literatürdeki temel katkılara genel bir bakış sunulmaktadır.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının evrimi literatürde kapsamlı bir şekilde analiz edilmiştir. Volger (2010), sürecin kökenlerini uluslararası düzeyde fikri mülkiyetin korunması için temel oluşturan 1886 Bern Sözleşmesi'ne kadar

götürmektedir. Deardoff (1992), fikri ve sınai mülkiyet haklarını küresel ticaret politikalarına entegre etmede ve gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere teknoloji transferini kolaylaştırmada Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması'nın (GATT) rolünü vurgulamıştır. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'nün (WIPO) 1967'de kurulması ile marka ve patent ihlallerinin önlenmesi ve fikri mülkiyet haklarının korunması fikri daha da güçlenmiştir (Özbek, 2006). 1995'te imzalanan TRIPS Anlaşması, ülkelerin asgari koruma gerekliliklerine uymasını sağlayarak küresel fikri mülkiyet standartlarının uyumlu hale getirilmesinde önemli bir kilometre taşı olarak görülmektedir (Yaşgöl, 2015, s. 54). Bu doğrultuda Correa ve Yusuf (2016), TRIPS'in pazar verimliliğini artırdığını ve pazara giren yeni ürünlere rekabet avantajı sağladığını savunmuştur. Ancak Correa (2000), ticari misilleme ve fikri ve sınai mülkiyet haklarının uygulamasıyla ilgili anlaşmazlıkları önlemek için devletlerarası iş birliğinin gerekliliğine de dikkat çekmiştir.

Literatürde fikri ve sınai mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme, inovasyon ve uluslararası ticaret arasındaki ilişkiyi inceleyen önemli çalışmalar yer almaktadır. Bununla birlikte literatürde ekonomik büyüme ile fikri ve sınai mülkiyet hakları arasındaki ilişkiye değinen çalışmalar da yer almaktadır. Bu çalışmalar ülkelerin sağlam ekonomik kalkınma ile sürdürülebilir inovasyon ve uluslararası ticaret zeminin oluşturulabilmesi için fikri ve sınai mülkiyet haklarının güçlendirilmesini amaçlayan politika uygulamalarını değerlendirmiştir. Bu kapsamda, Türker (2000), gelişmiş ekonomilerin gayrisafi yurtiçi hasıllarının önemli bir bölümünü fikri ve sınai mülkiyet haklarının uygulamasına ayırarak pazar hâkimiyetini koruduğunu vurgulamıştır. Esinoğlu (2005) ise sağlam bir fikri ve sınai mülkiyet hakları korumasının adil rekabeti ve fikir hırsızlığına karşı yasal başvuruyu sağlayarak inovasyonu teşvik ettiğini ifade etmektedir. Elçi (2009), yüksek yatırım maliyetlerinin üreticileri teknolojik ilerlemelere katılmaktan alıkoyduğunu belirterek, Ar-Ge teşviklerinin inovasyonu teşvik etmedeki rolünü tartışmıştır. Ancak, devlet destekli programlar ve fikri ve sınai mülkiyet hakları bu riskleri azaltarak endüstriyel çeşitliliği teşvik etmektedir. Benzer şekilde Branstetter vd. (2011), fikri ve sınai mülkiyet haklarının uygulanmasının yenilikçi ürünler için katma değeri artırdığını ve küresel pazarları canlandırdığını göstermiştir. Bununla birlikte Taş (2006), fikri ve sınai mülkiyet haklarının ortaya çıkışının hem üreticileri hem de ulusal ekonomileri koruyan ekonomik ihtiyaçlar tarafından nasıl yönlendirildiğini tartışmıştır. Bununla birlikte, fikri ve sınai mülkiyet hakları ile yerel ekonomilerin refah düzeyi arasındaki bağlantı incelenmiştir. Birinci (2017), güçlü fikri ve sınai mülkiyet hakları politikalarını uygulayan ülkelerin yerel ekonomileri için hızlı nakit akışı ve ekonomik istikrar yaşadığını tespit etmiştir. Curtis (2012) ise, daha yüksek refah seviyelerine sahip ülkelerin daha sıkı fikri mülkiyet düzenlemeleri uygulama eğiliminde olduğunu ve daha büyük pazar payları elde ettiğini gözlemlemiştir. Deligöz ve Yalçınar (2010) ise, WIPO ile iş birliği içinde Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi ve Başkanlığı (KOSGEB) gibi çerçeveler kapsamında istihdam yaratma ve yatırım teşviklerini vurgulamıştır.

Küresel ticarete marka kimliğinin artan önemini vurgulayan Aktuğlu (2016), yerel ekonomiler için ticari marka korumasının gerekliliğini pekiştirmiştir. Dinopoulos ve Segerstrom (2010) ise, güçlü fikri ve sınai mülkiyet hakları mevzuatına sahip ülkelerin daha yüksek ihracat büyümesi yaşadığına dair ampirik kanıtlar sunmuştur. Bu noktada Maskus ve Penubarti (1995), patent korumasının ihracatı ve pazar genişlemesini artırdığını ileri sürerek bu görüşü desteklemiştir. Bardakçı (2020) ise güçlü fikri ve sınai mülkiyet haklarına sahip ülkelerin daha yüksek ihracat seviyelerine sahip olduğunu, artan düzeyde doğrudan yabancı yatırım çektiğini ve daha fazla pazar entegrasyonu sağladığını ileri sürmektedir. Mısır için uluslararası ticaret ile fikri ve sınai mülkiyet hakları arasındaki ilişkiyi inceleyen Ela (2024), iki değişken arasında kısa ve uzun vadede önemli bir etki bulmuştur. Bu kapsamda, politika yapıcılarının daha fazla yeniliğe yol açacak olan fikri mülkiyet hakları korumasına ilgi göstermesi gerektiği ve özellikle endüstriyel kalkınmaya ve genel olarak sürdürülebilir kalkınmaya olumlu şekilde yansıtacağı ortaya koyulmuştur. Cai ve Hao (2024) Çin endüstriyel işletmeleri ve Çin gümrük verilerine dayanarak gerçekleştirdiği analizlerinde, fikri mülkiyet hakları koruması ile şirketlerin ihracat ürünlerinin kalitesinin yükseltilmesini etkileyen süreci incelemiştir. Elde edilen sonuçlar, fikri mülkiyet hakkı korumasının güçlendirilmesinin, şirketlerin ihracat ürünlerinin kalitesinin yükseltilmesini teşvik etmede önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir. Türkiye Cumhuriyetinde fikri mülkiyet hakları ve ithalat arasındaki ilişkiyi inceleyen Bardakçı ve Barut (2021), panel nedensellik analizleri sonucunda iki yönlü bir nedensellik ilişkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Türkiye'de patent haklarının ileri teknoloji içeren ürünler ithalatı üzerine etkisini analiz eden Yaşgöl (2015), fikri mülkiyet haklarından patent haklarının güçlendirilmesi ile hem yüksek teknoloji ürünleri ithalatını hem de toplam ithalatı artırdığı ve piyasa gelişmesine katkı sağladığı ortaya koyulmuştur. Gelişmekte olan 20 ülke için fikri ve sınai mülkiyet hakları ile ithalat arasındaki ilişkiyi inceleyen Bozkurt ve Pekmezci (2008), gerçekleştirilen analizler neticesinde kısa ve uzun dönemli herhangi bir ilişki tespit edememiştir.

Fikri ve sınai mülkiyet hakları içerisinde önemli yere sahip olan marka koruması, uluslararası ticarete önemli bir yere sahiptir. Karaahmet (1995), marka tanınırlığının ürün görünürlüğünü artırarak pazar genişlemesini kolaylaştırdığını öne sürmüştür. Ancak fikri ve sınai mülkiyet hakları kapsamında bir diğer önemli koruma olan patent haklarına ilişkin olarak Zirnstein (2005), patent sürelerinin uzatılmasının rekabeti engelleyebileceğini savunarak patent tekelleri konusunda endişelerini dile getirmiştir. Buna karşılık Gökova ve Bozkurt (2016), pazar adaletini artırmak ve ürün taklidini önlemek için kamu patent paylaşım politikalarını savunmuştur. Bununla birlikte patentler, fikri ve sınai mülkiyet hakları politikalarında önemli bir araç olmaya devam etmektedir. Levent (2010), patentleri Patent İşbirliği Anlaşması (PCT) gibi uluslararası anlaşmalarla güvence altına alınan, yetkisiz kullanımı önlemek için tasarlanmış tekelleri olarak tanımlamıştır. Aytaç ve Kılıç (2013) ise Paris Sözleşmesi'nin, küresel fikri mülkiyet koruma ilkelerini belirleyen ilk uluslararası anlaşma olduğunu ve endüstriyel mülkiyet haklarında daha fazla ilerleme için zemin hazırladığını belirtmiştir.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının yerel pazarları korumadaki önemli role sahip bir diğer araç coğrafi işaretlerdir. Şahin (2013), coğrafi işaretlerin bölgesel ürünleri ayırt ederek yerel ekonomileri korumada hayati bir rol oynadığını ileri sürmüştür. Aynı zamanda Avrupa Birliği ülkeleri için katı coğrafi işaret düzenlemeleri ile ilgili ürünlerin pazarlanabilirliği ve tüketici güvenini artırmadaki etkinliğini araştırmıştır. Ercan (2020), Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirli fikri mülkiyet varlıkları için 70 yıllık bir koruma süresini zorunlu kıldığını ve ulusal çıkarları daha da güvence altına aldığı vurgulamıştır.

Fikri ve sınai mülkiyet hakları, ekonomik ve ticari faydalarına rağmen küresel ticarete çeşitli zorluklarla karşı karşıyadır. Özağır (2013), yüksek refah seviyelerine sahip ülkelerin, gelişmekte olan ekonomileri potansiyel olarak dezavantajlı hale getiren katı fikri ve sınai mülkiyet hakları düzenlemeleri uygulama eğiliminde olduğuna dikkat çekmektedir. Parkin (1993) ise, gelişmekte olan ülkelerin inovasyonlara erişimini kısıtlamak yerine, ihracatı genişletmek ve uluslararası pazarlara entegre olmak için fikri ve sınai mülkiyet hakları kullanmaları gerektiğini öne sürmüştür. Ancak, belirli bölgelerdeki zayıf düzenleyici çerçevelerin yaygın sahteciliğe ve korsanlığa imkân vermesi nedeniyle, uygulama mekanizmalarındaki eşitsizlikler bir endişe kaynağı olmaya devam etmektedir.

Diğer yandan ticaretin dijitalleştirilmesi, fikri ve sınai mülkiyet hakları uygulamasında yeni karmaşıklıklar ortaya çıkarmaktadır. E-ticaret ve dijital platformların yükselişiyle birlikte fikri mülkiyeti korumak daha zorlu hale gelmiştir. Blockzincir ve YZ gibi yeni ortaya çıkan teknolojiler, fikri mülkiyet ihlallerini izlemek ve patent tescil süreçlerinde şeffaflığı artırmak için potansiyel çözümler sunmaktadır. Politika yapıcılar, bu gelişen zorlukları ele almak ve dijital çağda fikri ve sınai mülkiyet hakları korumalarının sürekli etkinliğini sağlamak için yenilikçi düzenleyici yaklaşımları keşfetmesi gerekmektedir.

Gerçekleştirilen literatür taraması ile fikri ve sınai mülkiyet hakların inovasyonu, ekonomik büyümeyi ve uluslararası ticaret rekabet gücünü teşvik etmedeki kritik rolünü vurgulanmaktadır. Sağlam fikri mülkiyet çerçeveleri pazar genişlemesine ve teknolojik ilerlemeye katkıda bulunurken, özellikle gelişmekte olan ülkeler için uygulama ve erişilebilirlikte zorluklar devam etmektedir. Bu çalışma, fikri ve sınai mülkiyet haklarının küresel çapta 68 ülkeyi içeren bir analiz gerçekleştirmesi dolayısıyla literatüre önemli katkılar sunmayı amaçlamaktadır.

3. METODOLOJİ

Çalışmanın bu kısmında fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret üzerindeki etkileri ekonometrik olarak analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda analizlerde, verilerine ulaşılabilen 68 ülkenin 2007-2023 dönemine ilişkin veriler kullanılmıştır (Ek 1). Analizlerde, seçilen ülkelerin ihracat ve ithalatlarının toplamı bağımlı değişkendir. Ülkelerin GSYİH'leri, ülkelerin döviz kurları, ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların GSYİH'ye oranı, ülkelerin yerli patent toplamı ve ülkelerin fikri mülkiyet hakları endeksi ise bağımsız değişkenlerdir.

Ülkelerin uluslararası ticareti, gayrisafi yurtiçi hasılları, döviz kurları, ülkeye giren doğrudan yabancı yatırımların GSYİH'ye oranı verileri Dünya Bankası veri tabanından temin edilmiştir. Yerli patentlerine ilişkin veriler Dünya Fikri Mülkiyet Hakları Örgütü (WIPO) veritabanından elde edilirken, ülkelerin fikri mülkiyet hakları endeksi Property Rights Alliance istatistik veri tabanından alınmıştır.

Modelde yer alan değişkenlerin açıklamaları aşağıdaki gibidir:

ticaret : Ülkelerin ithalat ve ihracatlarının toplamı

gsyih : Ülkelerin gayrisafi yurtiçi hasılları

kur : Ülkelerin döviz kurları (\$)

dyy : Ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların GSYİH'ye oranı

patent : Ülkelerin yerli patent toplamı

ipr : Ülkelerin fikri mülkiyet hakları endeksi

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret üzerindeki etkisini analiz etmek için oluşturulan panel veri analizi modeli aşağıdaki gibidir:

$$\ln(ticaret)_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln(gsyih)_{it} + \beta_2 \ln(kur)_{it} + \beta_3 dyy_{it} + \beta_4 \ln(patent)_{it} + \beta_5 ipr_{it} + \varepsilon \quad (1)$$

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticarete etkisini değerlendirdiğimiz analizlerde i değerlendirmeye alınan ülkelerin ihracat ve ithalat toplamını, t zaman kavramını temsil etmektedir. Modelde bulunan β katsayısı ise, gayrisafi yurtiçi hasıla, ülkelerin döviz kurları, doğrudan yabancı yatırımlar, ülkelerin yerli patent toplamı ve ülkelerin fikri mülkiyet endeksinin katsayıları ifade edilmektedir.

Panel veri modellerinde yatay kesit bağımlılığını ve homojenliği dikkate alan tutarlı bir tahminci belirlemek önem arz etmektedir. Ülkeler arasındaki artan ekonomik entegrasyon ve piyasaların küreselleşmesi göz önüne alındığında, panel veri çalışmalarında yatay kesit bağımlılık ve homojenlik testlerini hesaba katmak önem arz etmektedir. Bu bağlamda, modelde kesitsel bağımlılığın varlığı Breusch & Pagan LM (1980) testi (2), Pesaran (2021) CD testi (3) ve Pesaran ölçekli LM testi (4) kullanılarak analiz edilmiştir. Değişkenlerin homojenlikleri ise Pesaran ve Yamagata'nın (2008) (5, 6) homojenlik testleri ile doğrultusunda test edilmiştir:

$$LM = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N P_{ij}^2 \sim X_{\frac{N(N-1)}{2}}^2 \quad (2)$$

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \left(\sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N P_{ij} \right) \sim N(0,1) \quad (3)$$

$$CD_{LM} = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N P_{ij} (T \rho_{ij}^2 - 1) \sim N(0,1) \quad (4)$$

$$\tilde{\Delta} = \sqrt{N} \frac{N^{-1} \tilde{s} - k}{\sqrt{2k}} \quad (5)$$

$$\tilde{\Delta}_{adj} = \frac{\sqrt{N} N^{-1} \tilde{s} - k}{\sqrt{Var(T, k)}} \quad (6)$$

Modele dahil edilen değişkenlerin durağanlığını analiz etmek için hem birinci nesil hem de ikinci nesil birim kök testleri uygulanacaktır. Bu doğrultuda, Im vd. (2003) ve Levin vd. (2002) tarafından geliştirilen birinci nesil testler ve Pesaran (2007) tarafından önerilen ikinci nesil test kullanılacaktır. Tutarlı sonuçlar elde edebilmek için değişkenlerin düzeylerinde veya birinci farklarında durağan olması gerekmektedir. Değişkenlerin durağanlıkları, Im vd. (2003) (7,8) ve Levin vd. (2002) (9) tarafından geliştirilen birinci nesil panel birim kök testleri ve Pesaran'ın (2007) ikinci nesil testi (10,11) kullanılarak incelenecektir. Birim kök analizlerinde başvuru modeller aşağıda özetlenmiştir:

$$\Delta y_{it} = \alpha y_{it-1} + \sum_{j=1}^{\rho_i} \beta_{ij} \Delta y_{i,t-j} + X'_{it} \delta + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

$$\Gamma_t = \frac{\sqrt{N} \{ \bar{t}_{NT} - E(t_T | \rho_i = 0) \}}{\sqrt{Var(t_T | \rho_i = 0)}} \quad (8)$$

$$\Delta y_{i,t} = \gamma_t + \theta_t + \delta_t t + \rho_i y_{i,t-1} + \sum \gamma_y \Delta y_{t-i} + u_{i,t} \quad (9)$$

$$y_{it} = (1 - \varphi) \mu_i + \varphi_i y_{i,t-1} + u_{it} \quad (10)$$

$$CIPS = N^{-1} \sum_{i=1}^N CADF_i \quad (11)$$

Birim kök analizlerinin ardından panel veri analizleri kapsamında temel varsayım testleri gerçekleştirilerek Parks (1967) ve Kmenta (1986) tarafından geliştirilen dirençli tahminci kullanılmıştır. Parks (1967) ve Kmenta (1986) dirençli tahmincisi $T < N$ olduğu durumda, panel veri modellerinde heteroskedasite ile birlikte uzamsal ve dönemsel

korelasyonun var olması halinde tutarlı sonuçlar alınmasını sağlamaktadır. Dirençli tahmin için başvuru model aşağıdaki gibidir:

$$Y_{it} = \beta_1 + \sum_{k=2}^k \beta_k x_{kit} + u_{it} \quad (12)$$

Değişkenler arasındaki esneklik ilişkileri tahmin edildikten sonra analizlere Dumitrescu ve Hurlin (2012) (13) nedensellik testi ile devam edilmiştir:

$$Y_{i,t} = a_i + \sum_{k=1}^k Y_i^{(k)} Y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^k \beta_i^{(k)} X_{i,t-k} + e_{i,t} \quad (13)$$

4. AMPİRİK BULGULAR

Analizler doğrultusunda öncelikle verilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler belirtilecektir. Çalışma kapsamında ülkelerin uluslararası ticareti, ülkelerin gayrisafi yurtiçi hasılları, ülkelerin döviz kurları, ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların GSYİH'ye oranı, ülkelerin yerli patent toplamı ve ülkelerin fikri mülkiyet hakları endeksine ilişkin değişkenler bulunmaktadır. Analizler kapsamında değişkenlere ait 1088 gözlem yer almaktadır.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

	<i>ticaret</i> (Milyar \$)	<i>gsyih</i> (Milyar \$)	<i>kur</i>	<i>dyy</i>	<i>patent</i>	<i>ipr</i>
Ortalama	491,2	969,9	351,378	0,052	25266,96	5,92
Medyan	170,1	227,6	3,859	0,028	659	5,9
Maksimum	5910,7	20926,8	14849,9	4,491	1464605	9,1
Minimum	3,8	3,5	0,312	-3,945	0	1,775
Standart Sapma	833,1	2618,5	1563,59	0,228	126152,6	1,741
Çarpıklık	3,445	5,328	6,859	3,278	8,348	-0,101
Basıklık	17,131	33,605	54,612	232,03	82,304	1,995
Jarque-Bera	11205,186	47609,691	129289	2379814	297740,7	47,75
Olasılık	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Gözlem	1088	1088	1088	1088	1088	1088

Çalışma kapsamında kullanılan değişkenlerden belirlenen ülkelerin uluslararası ticareti bağımlı değişken olarak ele alınırken, diğer değişkenler bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Tablo 1'de görüldüğü üzere, ülkelerin uluslararası ticareti, ülkelerin gayrisafi yurtiçi hasılları, ülkelerin döviz kurları, ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların gayrisafi yurtiçi hasılaya oranı, ülkelerin yerli patent toplamı ve ülkelerin fikri mülkiyet hakları endeksine ilişkin serilerin basıklık değerinin sıfırdan büyük olması sebebiyle sivri bir dağılıma sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca serilerin ortalamalarının medyandan yüksek olması ve fikri mülkiyet hakları endeksi haricinde çarpıklık değerlerinin sıfırdan büyük olması nedeniyle sağa yatık olduğu görülmektedir. Fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret üzerindeki etkilerinin analiz edilebilmesi için ilk olarak değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığının ve homojenliklerinin test edilmesi gerekmektedir.

Tablo 2. Korelasyon Tablosu ve VIF Değerleri

	<i>ln(ticaret)</i>	<i>ln(gsyih)</i>	<i>ln(kur)</i>	<i>dyy</i>	<i>ln(patent)</i>	<i>ipr</i>
<i>ln(ticaret)</i>	1					
<i>ln(gsyih)</i>	0.952	1				
<i>ln(kur)</i>	-0.243	-0.128	1			
<i>dyy</i>	-0.059	-0.107	-0.059	1		
<i>ln(patent)</i>	0.838	0.851	-0.144	-0.094	1	
<i>ipr</i>	0.673	0.569	-0.368	0.009	0.511	1
VIF	-	4.08	3.65	1.65	1.14	1.02

Değişkenlere ilişkin korelasyon tablosu ve VIF değerleri Tablo 2’de sunulmuştur. Korelasyon analizi sonuçları doğrultusunda, bağımsız değişkenler arasında güçlü bir ilişki bulunmadığı gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, VIF değerlerinin 5’ten az olması değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun bulunmadığını ortaya koymaktadır.

Tablo 3. Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenlik Testi Sonuçları

Test	Model (1)
CD _{BP}	11715,707***
CD _{LM}	139,822***
CD	57,168***
$\hat{\Delta}$	17,014***
$\hat{\Delta}_{adj}$	22,686***

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 ve anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik, panel veri analizi gerçekleştirilirken uygun tahmincinin seçilmesi için büyük önem taşımaktadır. Küreselleşme sürecinin ülkeleri birbirleri ile daha entegre hale getirmiş olması sebebiyle, yatay kesit bağımlılık ve homojenlik testleri vasıtasıyla incelemelerin yapılması gerekmektedir. Çalışma kapsamında, yatay kesit bağımlılığı Breusch-Pagan LM testi (Breusch ve Pagan, 1980), Pesaran ölçekli LM testi (Pesaran, 2021) ve Pesaran CD testi (Pesaran, 2021) ile analiz edilmiştir. Tablo 2’de sunulan bulgular, ülkeler arasında kesitsel bağımlılığın olmadığı yönündeki sıfır hipotezinin istatistiksel olarak reddedildiğini göstermektedir. Elde edilen sonuç, modelde yer alan bir ülkede meydana gelen ekonomik şokların diğer ülkeleri de etkilediğini işaret etmektedir. Bununla birlikte, Tablo 3’te yer alan Pesaran ve Yamagata (2008) homojenlik test sonuçları delta testine göre sıfır hipotezinin reddedildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, analiz edilen modellerde ülkeye özgü etkilerin mevcut olduğunu göstermektedir.

Panel veri analizi sonuçlarının daha tutarlı ve doğru sonuçlar verebilmesi için ilk olarak belirlenen değişkenlerin durağan olup olmadıklarının test edilmesi gerekmektedir. Analiz sonuçlarında belirlenen değişkenlerin birin köke sahip olması sonucunda, sahte regresyon sorunu olmakta ve panel veri analizinde verilen sonuçlar gerçeği yansıtmamaktadır. Dolayısıyla, öncelikle değişkenlerin panel birim kök testleri gerçekleştirilecektir.

Tablo 4. Birinci ve İkinci Kuşak Panel Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Düzy					
	Birinci Kuşak Birim Kök Testi				İkinci Kuşak Birim Kök Testi	
	Im, Pesaran & Shin		Levin, Lin & Chu		PESCADF	
	Sabit	Sabit+Trend	Sabit	Sabit+Trend	Sabit	Sabit+Trend
$\ln(ticaret)$	-4,946***	-11,259***	-2,885***	-12,982***	-1,939**	-2,581***
$\ln(gsyih)$	-7,013***	-6,131***	-6,843***	-12,504***	-2,081***	-3,512***
$\ln(kur)$	-7,218***	-11,485***	-14,667***	-44,931***	-1,958**	-2,693***
dyy	-10,729***	-12,118***	-15,741***	-17,191***	-2,398***	-2,744***
$\ln(patent)$	-3,749***	-3,778***	-2,793***	-5,832***	-2,012***	-2,544***
$iipr$	-3,549***	-3,952***	-21,205***	-21,759***	-2,299***	-2,643***

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 ve anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Panel birim kök analizi kapsamında, Im, Pesaran ve Shin (2003), Levin ve Lin & Chu (2002) ve Pesaran (2007) tarafından ortaya koyulan birim kök testi gerçekleştirilmiştir. Tablo 4’te yer alan sonuçlar bağlamında, modeldeki değişkenlerin birim köklü olmadığı ve dolayısıyla değişkenlerin düzeylerinde durağanlığa sahip olduğu görülmektedir.

Değişkenlerin durağanlık testlerinin ardından, panel veri analizlerinde varsayım testlerini gerçekleştirebilmek amacıyla öncelikle hangi model ile analizler için daha tutarlı sonuçlar elde edileceği Hausman testi ve F Testi ile analiz edilmiştir. Tablo 5’te yer alan Hausman testi ve F Testi sonuçları doğrultusunda panel veri analizlerinde sabit etkiler modelinin uygun olduğu tespit edilmiştir.

Modelde değişken varyans problemi ve hata terimlerinin korelasyonlu olması, heteroskedasite ve otokorelasyon sorunlarına sebep olabilmektedir. Nitekim birimler arası korelasyonda görülebilmektedir. Bu doğrultuda, sabit etkiler modeli varsayım testlerinde heteroskedasitenin varlığını test etmek için Değiştirilmiş Wald testi uygulanmıştır. Sabit etkiler modelinde otokorelasyon olduğunu gösterebilmek için Bharga vd'nin Durbin-Watson (1982) ve Baltagi ve Wu (1999) testleri yapılmıştır. Son olarak, sabit etkiler modelinde Pesaran'ın (2021) testi ile birimler arası korelasyon sorunu sınanmıştır.

Tablo 5. Varsayım Test Sonuçları

Hausman Testi		
chi2(5)	84,78	0,000
F Testi		
F(67, 1015)	246.5	0.000
Heteroskedasite Testi		
chi2(5)	21220,18	0,000
Otokorelasyon Testi		
Bhargava vd.'nin Durbin-Watson	0,374	*<2
Baltagi-Wu LBI	0,596	*<2
Birimler Arası Korelasyon Testi		
Pesaran'ın Testi	34,051	0,000

Panel veri analizi varsayım testlerine ilişkin sonuçlar Tablo 5'te yer almaktadır. İlk aşamada, tesadüfi etkiler modelinde heteroskedasite varlığını test eden Değiştirilmiş Wald testine ilişkin sonuçlar bulunmaktadır. Testin sonucu incelendiğinde, sabit varyansın olduğunu ileri süren sıfır hipotezi reddedilmektedir. Dolayısıyla, sabit etkiler modeli ile yapılan varsayımlarda heteroskedasite sorunun olduğu gözlemlenmiştir. Bhargava vd'nin Durbin-Watson (1982) ve Baltagi-Wu LBI testlerine ilişkin sonuçlara göre, sabit etkiler modeli için otokorelasyonun olmadığını öne süren hipotez reddedilerek kullanılan modelin otokorelasyonu bulunduğu tespit edilmiştir. Panel veri analizi varsayım testlerinde hata terimleri birbirlerinden bağımsız olmaktadır. Dolayısıyla, birimler arası korelasyonun testi için Pesaran'ın (2021) testi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, sıfır hipotezi reddedilerek birimler arası korelasyon sorununun bulunduğu tespit edilmiştir.

Panel veri analizi varsayım testinin sonucunda sabit etkiler modelinde heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon sorunun bulunduğu kanıtlanmıştır. Panel veri analizinde varsayımların sapması halinde, panel veri analizinde tutarlı sonuçlar alınabilmesine olanak sağlayan dirençli tahmincilerin kullanılması gerekmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda, yapılan testlerde sabit etkiler modeli ile test edilen araştırma modelinde heteroskedasite, otokorelasyon ve ögeler arası korelasyon problemlerinin olması nedeniyle bu sapmalar altında tutarlı varsayımların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, sabit etkileri modelinde tutarlı sonuçların olabilmesi için Parks-Kmenta dirençli tahmincisi kullanılmıştır.

Tablo 6. Parks-Kmenta Dirençli Tahminci Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Katsayılar	Olasılık
<i>ln(gsyih)</i>	0,857***	0,000
<i>ln(kur)</i>	0,063***	0,000
<i>fdi</i>	0,023	0,603
<i>ln(patent)</i>	0,006***	0,005
<i>ipr</i>	0,142***	0,000
<i>Sabit</i>	3,328***	0,000
Wald chi2(7)		6744,6
Prob > chi2		0,000

Bağımlı Değişken: *ln(ticaret)*

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 ve anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Parks-Kmenta dirençli tahmincisine ait oluşturulan sonuçlar Tablo 6'da gösterilmiştir. Parsk-Kmenta otokorelasyon, heteroskedasite ve birimler arası korelasyonun sorunu altında istikrarlı sonuçlar üretilmesine olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla elde edilen veriler sayesinde, ülkelerin gayrisafi yurtiçi hasılları %1 arttığında ülkelerin uluslararası ticaretinin %0,85 arttığı, ülkelerin döviz kurlarındaki %1'lik artışta ise ülkelerin uluslararası ticaretinin %0,06 arttığı görülmektedir. Ülkelerin yerli patent toplamındaki %1'lik artışın, ülkelerin uluslararası ticaretini %0,01 arttırdığı tespit edilmiştir. Modele araştırma değişkeni olarak eklenen ülkelerin fikri mülkiyet endeksinin %1 artması durumunda, ülkelerin uluslararası ticaretinin %0,14 düzeyinde arttığı gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların gayrisafi yurtiçi hasılaya oranının, ülkelerin uluslararası ticareti üzerinde istatistiki olarak anlamlı etkisinin bulunmadığı görülmüştür.

Tablo 7. Dumitrescu & Hurlin Nedensellik Testi Sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişkenler					
	<i>ln(ticaret)</i>	<i>ln(gsyih)</i>	<i>ln(kur)</i>	<i>fdi</i>	<i>ln(patent)</i>	<i>ipr</i>
<i>ln(ticaret)</i>	-	9,077***	0,856	2,247**	2,076	2,941***
<i>ln(gsyih)</i>	6,128***	-	4,961***	1,148	9,483***	2,099**
<i>ln(kur)</i>	1,803	1,418	-	0,147	0,015	6,295***
<i>fdi</i>	4,255***	5,881***	0,375	-	3,023**	4,916***
<i>ln(patent)</i>	21,279***	23,513***	0,149	0,311	-	1,513
<i>ipr</i>	0,983	1,325	3,175**	3,821***	6,296***	-

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 ve anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi sonuçları Tablo 7'de yer almaktadır. Sonuçlar doğrultusunda, ülkelerin uluslararası ticareti ile gayrisafi yurtiçi hasılları ve ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların gayrisafi yurtiçi hasıllarına oranı, yerli patent sayıları ile gayrisafi yurtiçi hasılları, fikri mülkiyet hakları endeksi ile döviz kurları ve ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların gayrisafi yurtiçi hasıllarına oranı arasında iki yönlü nedensellik ilişkileri bulunduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, ülkelerin fikri mülkiyet hakları endeksinden uluslararası ticaretlerine ve gayrisafi yurtiçi hasıllarına doğru, uluslararası ticaretlerinden patent sayılarına doğru, patent sayılarından mülkiyet hakları endeksine ve ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların gayrisafi yurtiçi hasıllarına oranına doğru, döviz kurlarından gayrisafi yurtiçi hasıllarına doğru ve gayrisafi yurtiçi hasıllarından ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımların gayrisafi yurtiçi hasıllarına oranına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu gözlemlenmiştir. Elde edilen bu bulgular, Parks-Kmenta dirençli tahminci sonuçlarını desteklemektedir.

5. SONUÇ VE POLİTİKA ÖNERİLERİ

Uluslararası ticaretin küreselleşmesi ile beraber ülkeler ticareti yapılan emtianın pazardaki her aşamasının önemli olduğunu kavramaya başlamışlardır. Bu doğrultuda gelişen teknoloji, pazara yeni çıkan ürünlerin taklitlerinin yapılmasının önünü açmaktadır. Ülkeler pazara yeni ürün çıkartmadan önce Ar-Ge yatırımlarına ciddi şekilde yatırım yapmaktadırlar. Ürünü pazara sunduktan sonra taklitçi ürünlerin çıkması ülkelerin uluslararası ticaretini ciddi boyutta sekteye uğratabilmektedir. Dolayısıyla bilginin korunması için fikri ve sınai mülkiyet hakları büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışmada, fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde analiz etmektedir. Literatürde fikri ve sınai mülkiyet haklarının ekonomik büyüme, inovasyon ve rekabet gücü üzerindeki kritik rolü vurgulanmaktadır (Parlak yıldız ve Güvel, 2015; Gemrik ve Aytemiz, 2016). Ancak fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret hacmine olan etkileri üzerine gerçekleştirilen ampirik çalışmalar sınırlıdır. Bu boşluğu doldurmak amacıyla, 68 ülkenin 2007-2023 dönemine ait verileri kullanılarak panel veri analizi gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın temel bulguları, fikri ve sınai mülkiyet haklarının güçlü olduğu ülkelerde uluslararası ticaret hacminin anlamlı şekilde arttığını göstermektedir. Bu sonuç, Maskus ve Penubarti (1995) ile Dinopoulos ve Segerstrom'un (2010) bulgularını destekler niteliktedir. Fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması, teknolojik ilerlemeyi teşvik ederek uluslararası ticaret akışlarını olumlu yönde etkilemektedir. Parks-Kmenta dirençli tahmincisi kullanılarak yapılan analizler, gayrisafi yurtiçi hasılların %1 artışının uluslararası ticarete %0,85'lik bir büyümeye yol açtığını

ortaya koymuştur. Benzer şekilde, fikri ve sınai mülkiyet hakları endeksindeki %1’lik artışın uluslararası ticaret hacmini %0,14 oranında artırdığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, Karaahmet (1995) ve Bardakçı (2020) tarafından yapılan çalışmalarda sonuçlarla örtüşmektedir.

Döviz kurları ve doğrudan yabancı yatırımlar ile fikri ve sınai mülkiyet hakları arasındaki çift yönlü nedensellik ilişkisi Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testi ile ortaya koyulmuştur. Döviz kuru istikrarının sağlanması ve fikri ve sınai mülkiyet haklarının etkin bir şekilde uygulanması, ticaret hacmini artıran kritik faktörlerdir. Patent ve marka koruma sistemlerinin güçlü olduğu ülkelerin, uluslararası pazarlarda daha rekabetçi olduğu ve ihracat potansiyellerini artırdığı görülmektedir. Elde edilen sonuçlar, Levent (2010) ve Aktuğlu (2016) tarafından yapılan çalışmaları desteklemektedir.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticaret ve ekonomik kalkınma ile karşılıklı etkileşim içinde olduğu ve inovasyonu teşvik ederek uzun dönemde ticari büyümeyi desteklediği görülmüştür. Bu doğrultuda, ülkelerin fikri ve sınai mülkiyet hakları uygulamaları altyapısının güçlendirilmesi ekonomik refahları için önemli katkılar sunacaktır. Bu durum, Correa ve Yusuf (2016) ile Özsağır (2013) tarafından ortaya konulan zayıf fikri ve sınai mülkiyet hakları çerçevelerinin küresel rekabet üzerindeki olumsuz etkileri ile uyumludur.

Sonuç olarak, bu çalışma fikri ve sınai mülkiyet haklarının uluslararası ticarete kritik bir rol oynadığını ve küresel ticaret hacmini artıran önemli bir politika aracı olduğunu göstermektedir. Fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması, inovasyonu teşvik ederek ülkelerin rekabet avantajlarını güçlendirmekte ve küresel ticaret akışlarını yönlendirmektedir. Politika yapıcılarının fikri ve sınai mülkiyet hakları uygulamalarını geliştirmeye yönelik düzenleyici çerçeveleri güçlendirmesi, ticaretin sürdürülebilir bir şekilde büyümesini destekleyecektir. Gelecekteki araştırmaların, fikri ve sınai mülkiyet haklarının sektör bazlı etkilerini ve dijital ekonomideki rolünü daha detaylı incelemesi önem arz etmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Aktuğlu, I. K. (2016). *Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler*. İletişim Yayınları.
- Aytaç, D. ve Kılıç, S. (2013). Influence of current and investment r&d expenditures on number of patent: A Case study of Turkey. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 3(5), 101-108.
- Bardakçı, H. (2020). Uluslararası ticaret’te fikri mülkiyet alanındaki gelişmelerin Türkiye’nin yabancı yatırımları ve ar-ge harcamaları açısından incelenmesi. *International Black Sea Coastline Countries Symposium – 4* (s. 69-86). Giresun, Türkiye.
- Bardakçı, H. ve Barut, A. (2021). Türki Cumhuriyetlerde fikri-sınai mülkiyet hakları ile ithalat arasındaki ilişkinin panel veri analizi ile incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(77), 393-402.
- Birinci, Y. (2017). Patent korumasının ekonomik etkisi. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 4(3), 67-73.
- Bozkurt, K. ve Pekmezci, A. (2008). Gelişmekte olan ülkelerde fikri ve sınai mülkiyet hakları (fsmh) ve ithalat: bir panel veri analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 505-516.
- Branstetter, L., Fisman, R., Foley, C. F. ve Saggi, K. (2011). Does intellectual property rights reform spur industrial development?. *Journal of International Economics*, 83(1), 27-36.
- Breusch, T. S. ve Pagan, A. R. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.

- Chai, T. ve Hao, J. (2024). Intellectual property rights protection, intermediate product import, and export product quality. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2734967.
- Coğrafi İşaretlerin AB’de Tescili Eğitim Seti. (2021). https://ci.turkpatent.gov.tr/uploads/files/CI_AB_Tescil_Egitim_Seti_kitapcik.pdf
- Correa, C. M. (2000). *Intellectual property rights, the wto and developing countries: The trips agreement and policy options*. Zed books.
- Correa, C. M. ve Yusuf, A. A. (2016). *Intellectual property and international trade: The trips agreement*. Kluwer Law International BV.
- Curtis, J. M. (2012). *Fikri mülkiyet hakları ve uluslararası ticaret: Genel bir bakış*. (The Centre for International Governance Innovation Papers No. 3). The Centre for International Governance Innovation. <https://www.cigionline.org/sites/default/files/no.3.pdf>
- Deardoff, A. V. (1992). Welfare effects of global patent protection. *Economica*, 59(233), 35–51.
- Deligöz, H. ve Yalçiner, U. G. (2010). *Türkiyede fikri mülkiyet haklarının gelişmesi ve sorunları*. [Başbakanlık Uzmanlık Tezi]. T.C. Başbakanlık.
- Dinopoulos, E. ve Segerstrom, P. (2010). Intellectual property rights, multinational firms and economic growth. *Journal of Development Economics*, 92(1), 13-27. <https://doi.org/10.1016/j.jdevco.2009.01.007>
- Dumitrescu, E. I. ve Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450-1460. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.02.014>
- Ela, H. H. A. A. (2024). Statistical models to measure the impact of intellectual property rights protection on foreign trade in Egypt. *Stat., Optim. Inf. Comput.*, 12, 510–523.
- Elçi, Ş. (2009). Rekabet ve kalkınma için inovasyon. *Çerçeve Dergisi*, 9, 62-68.
- Ercan, C. (2020). *Fikri ve sınai mülkiyet haklarının yönetimi-muhasebesi otomotiv sektörü uygulaması* [Doktora Tezi]. Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Esinoğlu (2005). Fikri Mülkiyet ve Sınai Mülkiyet Ayrımı. *Mevzuat Dergisi*, 8(85).
- Gemrik, S. ve Aytemiz, L. (2016). Fikri mülkiyet hakları ve korsan yayıncılık. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 1(2), 17-27.
- Gökovalı, U. ve Bozkurt, K. (2006). Fikri ve sınai mülkiyet hakkı (FSMH) olarak patentler: Dünya ve Türkiye açısından tarihsel bir bakış. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 135-146.
- Im, K., Pesaran, M. H. ve Y. Shin (2003) Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115, 53-74.
- Karaahmet, E. (1995). Bilgi kaynağı olarak patentler, markalar ve türk patent enstitüsü. *Türk Kütüphaneciliği*, 9(4), 386-397.
- Kmenta, J. (1986). *Elements of econometrics*. Mac Millan.
- Levent, E. (2010). Patent ve faydalı model nedir. *Toraks Bülteni*, 49-52.

- Levin, A., Lin, C. F. ve Chu, C. S. J. (2002), Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite-sample properties. *Journal of Econometrics*, 108(1), 1-24.
- Maskus, K. E. ve Penubarti, M. (1995). How trade-related are intellectual property rights?. *Journal of International Economics*, 39(3-4), 227-248.
- Özbek, (2006). *Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü*. <https://www.mfa.gov.tr/dunya-fikri-mulkiyet-orgutu.tr.mfa> adresinden 23 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Özsağır, A. (2013). *Bilgi Ekonomisi*. Seçkin Yayıncılık.
- Parkin, M. (1993). *Economics*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Parks, R. (1967). Efficient estimation of a system of regression equations when disturbances are both serially and contemporaneously correlated. *Journal of the American Statistical Association*, 62(318), 500-509.
- Parlakaylıdız, F. ve Güvel, E. A. (2015). Fikri mülkiyet hakları ve bu hakları korumanın ekonomik önemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(4), 29-39.
- Pesaran, M. H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22(2), 265-312. <https://doi.org/10.1002/jae.951>
- Pesaran, M. H. (2021). General diagnostic tests for cross-sectional dependence in panels. *Empirical Economics*, 60, 13-50. <https://doi.org/10.1007/s00181-020-01875-7>
- Pesaran, M. H. ve Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics*, 142, 50-93. <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2007.05.010>
- Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize Kırklareli'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 23-37.
- Taş, S. (2006). Fikri ve sınai mülkiyet alanındaki sorunlar, gelişmeler ve Türkiye-AB ilişkileri açısından bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 10, 80-95.
- TPE. (2003). Türk Patent Enstitüsü. <https://www.turkpatent.gov.tr/tarihce> adresinden 14 Eylül 2023 tarihinde alınmıştır.
- Türker, M. T. (2000). *İktisadi büyümede beşerî sermaye ve Türkiye'nin kalkınma sürecinde beşeri sermayenin gelişimi* [Doktora Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Volger, H. (2010). WIPO–world intellectual property organization. H. Volger, (Ed.) *A concise encyclopedia of the United Nations* içinde (s. 865-867). Brill | Nijhoff.
- Yaşgöl, Y. S. (2015). Patent koruması ileri teknoloji içeren ürünlerin ithalatını artırıyor mu? Türkiye örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 16(1), 51-63.
- Yüksel, M. (2001). Küreselleşme sürecinde fikri mülkiyet hakları. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 2, 557-578.
- Zirnstien, E. (2005). *Harmonization and unification of intellectual property in the EU*. Scientific Conference Contribution. (s. 293-306). <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6486-71-3/293-306.pdf> adresinden 11 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.

Ek 1. Analize Dahil Edilen Ülkeler

Arnavutluk	Arjantin	Avustralya	Avusturya
Belçika	Bolivya	Bosna-Hersek	Brezilya
Bulgaristan	Kanada	Şili	Çin
Kolombiya	Hırvatistan	Çekya	Danimarka
El Salvador	Etiyopya	Finlandiya	Fransa
Gürcistan	Almanya	Yunanistan	Macaristan
İzlanda	Hindistan	Endonezya	İrlanda
İsrail	İtalya	Jamaika	Japonya
Güney Kore	Letonya	Litvanya	Lüksemburg
Madagaskar	Malezya	Malta	Meksika
Moldova	Karadağ	Hollanda	Yeni Zelanda
Kuzey Macaristan	Norveç	Pakistan	Peru
Polonya	Portekiz	Romanya	Rusya
Senegal	Sırbistan	Singapur	Slovakya
Slovenya	Güney Afrika	İsveç	İsviçre
Tayland	Tunus	Türkiye	Uganda
Ukrayna	Birleşik Krallık	ABD	Uruguay

DERLEME MAKALESİ / REVIEW ARTICLE

BİR İDEOLOJİ OLARAK YÖNETİMCİLİĞİN ÜNİVERSİTELERE YANSIMASI: ÖZGÜNLÜK VE PERFORMANSIN KESİŞİMİNDE BİR ELEŞTİRİ*

REFLECTION OF MANAGERIALISM AS AN IDEOLOGY ON UNIVERSITIES: A CRITIQUE AT THE INTERSECTION OF ORIGINALITY AND PERFORMANCE

Doç. Dr. Emine ŞENER¹

ÖZ

Yirminci yüzyılın başında F. W. Taylor'ın öncülük ettiği yeni bir anlayış ile ele alınmaya başlanan yönetim yaklaşımı, zamanla Yeni Taylorist bir perspektife dönüşerek günümüzde yönetim ideolojisi haline gelmiştir. Bu çalışma, yöneticilik ideolojisinin arka planını ve etkilerini ele alarak üniversitelere yansımaları incelemektedir. Süreç içerisinde verimlilik ve sonuç optimizasyonunu yönetsel uzmanlık ve tekniklerle sağlanabileceği inancına dayanarak bireyleri kontrol edilmesi gereken varlıklar olarak gören bir ideoloji haline gelen yöneticilik olgusu, üniversite örneğinde eleştirel bir bakış açısıyla incelenmiştir. Çalışmada, yüksek nitelikli insan kaynakları ve karmaşık yapılarıyla yöneticilik uygulamalarının incelenmesi açısından önemli bir bağlam sunan üniversiteler örnek olarak alınmış ve yöneticilik ideolojisinin aktör, yapı ve süreçlere etkileri literatüre dayalı olarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda yöneticilik ideolojisinin, üniversiteleri geleneksel eğitim ve araştırma merkezleri olmaktan çıkarıp piyasa mantığına dayalı kurumlara dönüştürdüğü tespit edilmiştir. Bu durum, yükseköğretimin geleceği için önemli bir sorgulama ve yeniden değerlendirme gerekliliği doğurmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yönetimcilik, Yönetim Felsefesi, Yönetim Tarihi, Eleştirel Yönetim Çalışmaları, Üniversite.

JEL Sınıflandırma Kodları: M10, M12, M16.

ABSTRACT

The management approach, which was first approached with a new understanding pioneered by F. W. Taylor at the beginning of the twentieth century, has turned into a New Taylorist perspective over time and has become a management ideology. The study analyses the background and effects of managerialism ideology and its reflection on universities. It is aimed to critically examine the phenomenon of managerialism, which has become an ideology that sees individuals as beings to be controlled, based on the belief that efficiency and result optimization can be achieved through managerial expertise and techniques. In the study, universities, which provide an important context for the study of managerialism practices with their highly qualified human resources and complex structures, are taken as an example and the effects of managerialism ideology on actors, structures and processes are analyzed based on literature. As a result of the research, it is found that managerialism ideology has transformed universities from traditional centers of education and research into institutions based on market logic. This situation necessitates an important questioning and re-evaluation for the future of higher education.

Keywords: Management, Philosophy of Management, History of Management, Critical Management Studies, University.

JEL Classification Codes: M10, M12, M16.

* Bu çalışma 20-22 Kasım 2024 tarihinde YÖNEP-8 Çalıştayında sunulan ve tam metni bildiriler kitabında yayınlanmayan "Uygulama Örneği ve Eleştirilerle Bir İdeoloji Olarak Yönetimcilik (Managerialism)" başlıklı bildiriden hazırlanmıştır.

¹  Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, esener@ahievran.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The ideology of managerialism, enacted through principles focused on preserving the power of managers, views management and administration as functionally and technically essential for progress, technological development, and the maintenance of social order in any modern political economy. Managerialism has become the dominant ideology in both the public and private sectors. While some scholars adopt a practical definition of managerialism, viewing it as a tool of neoliberal ideology, others consider it a distinct ideology. The study aims to analyse the fundamental principles of managerialism, its historical development, and its effects, particularly in the field of higher education. Managerialism is defined as an ideology grounded in the application of managerial expertise and techniques aimed at enhancing the efficiency of all organizations. It is increasingly influential both in the public and private sectors. The study examines how this ideology has transformed universities under the influence of neoliberal policies. In terms of scope, it addresses the origins of managerialism, its relationship with authority theory, and its implications for higher education institutions. Additionally, it examines how governance structures in universities have evolved in response to neoliberal reforms and how practices such as performance-based systems and commercialization processes have infiltrated the academic framework. This process, analysed through examples from Türkiye and internationally, aims to illuminate the social, economic, and educational dimensions of the transformation in higher education.

Design/methodology/approach:

The study employs a traditional literature review to align with its research objectives. It discusses and analyzes the historical development, main features, and effects of managerialism to justify why managerialism is considered and examined as an ideology. Subsequently, studies on university practices, monitoring and evaluation reports, and news articles concerning universities, where managerialism has predominantly manifested itself in recent years, are evaluated through the lens of critical management studies concerning actors, structures, and process dimensions, leading to developed suggestions. Universities are chosen for the study due to their complex and multidimensional structure, as well as the various opportunities they present for management practices. The evaluation of highly qualified human resources in universities, offering a rich context in terms of management theories, practical applications, and social impacts, within the framework of managerialist ideology, constitutes an important research topic in critical management studies. To systematically examine how the managerialist ideology affects universities, the study aims to answer the following questions, considering previous studies that have examined managerialism as an ideology within the university context: (i) How does managerialism influence both active and passive actors in universities? (ii) How is managerialism institutionally structured in universities? (iii) Which processes does managerialism involve in universities, and how?

Findings:

Managerialism is reshaping traditional academic values, resulting in structural, processual, and actor-based transformations within universities. In the actor dimension, academic originality and freedom have diminished. Concurrently, research areas have shifted toward market-oriented strategies, pushing critical thinking and alternative approaches to the background. Managerial academics have transformed academic identities; a hybrid identity has replaced traditional academic roles with administrative responsibilities. The shift in leadership to a centralized and hierarchical structure has weakened the democratic and participatory framework of universities. In the process dimension, performance measurements and a competitiveness-centered understanding have reduced academic activities to metrics, resulting in issues such as burnout and job dissatisfaction. With the commercialization of education and the treatment of students as customers, universities have transformed into market participants; this shift has caused academic activities to prioritize economic interests over social benefits. Utrecht University's decision not to participate in performance rankings is a notable critique of this situation. Structurally, the New Public Management approach has facilitated the transformation of universities into market-oriented entities, and private sector practices, including performance and quality assurance, have become widespread. Institutional uniformity has led to the loss of unique structures, prompting universities to adopt similar strategies. This transformation has restricted academic creativity and critical thinking while threatening the fundamental values of universities, such as social responsibility. In summary, the ideology of managerialism has changed universities from mere centers of education and research into institutions that conform to market logic, resulting in the erosion of values such as social benefit, academic freedom, and critical thinking.

Conclusion and Discussion:

Although managerialism offers advantages such as efficiency and accountability in organizations, it risks ignoring qualitative elements, including human values and social responsibility. In the case of universities, this ideology restricts academic freedom, structures them with market-oriented strategies, and creates new forms of identity such as "managerial academics." Performance measurements and a competition-oriented understanding have reduced academic activities to metrics, leading to issues like burnout, alienation, and job dissatisfaction. The commercialization of education transforms universities into market actors driven by economic interests rather than social good. With the New Public Management approach, universities are adopting private sector practices and losing their original structures due to institutional uniformity. This transformation narrows the space for creativity and critical thinking, threatening the fundamental values of universities: social responsibility and academic freedom. In accordance with the genetics of the neoliberal capitalist system, the ideology of managerialism has secured a place in the public sector and continues to persist. However, the phenomenon of managerialism requires further examination at both academic and practical levels as an issue that needs to be addressed.

1. GİRİŞ

Yirminci yüzyılın başından itibaren varlığını kavramsal olarak sürdürmeye başlayan çağdaş yönetim anlayışı, süreç içerisinde güç ve otoriteyi elinde tutmayı amaçlayan yeni kavramlar üretmeye devam etmekte ve ürettiği kavramlar ile her zaman takipçi bulmayı da başarmaktadır. Güç, otorite, verimlilik, performans, kalite, mükemmellik, ölçme, strateji vb. kavramlar bugün tüm yönetim uygulamalarının merkezinde yer almaktadır.

Başlangıç noktası olan F. W. Taylor'ın bilimsel yönetim yaklaşımı, tarihsel süreçte başkalaşarak Yeni Taylorist bir perspektif kazanmış ve yirmi birinci yüzyılda yönetimselcilik (managerialism) dönüşmüştür. Kazandığı bu yeni kisve ile varlığını sadece özel sektörde değil; kamu sektöründe de bir ideoloji gibi slogan ve söylemler ile koşulsuz benimsetmeye devam etmektedir. Ancak değişen paradigmaya rağmen insana (iş görene) bakışı çok değişmemiştir. Bunun sebebi ise temelde bir sosyal grup olarak yöneticilerin, dünyayı yönetilmesi gereken bir yer ve insanları ise kontrol edilmesi ve güdülenmesi gereken sınırlı rasyonel varlıklar olarak görmesidir. Bu argüman ile, yönetimin bir baskı biçimi olduğunu savunan Grey (1996), bu baskıdan kurtulmanın yolunun yönetimin kutsal kasesini aramaktan vazgeçmek olduğunu öne sürmektedir. Bu hiç kolay olmasa da bu çalışmada, eleştirel bir perspektiften Yeni Kamu Yönetimi ve Girişimci Yönetişim gibi adlarla anılan Yeni Taylorist yaklaşımı; başka bir ifade ile neoliberal yönetim ideolojisi olan yönetimselcilik incelenmektedir. Neoliberalizm, ekonomideki ideolojik coşkusunu nispeten yitirse de toplum üzerinde geniş bir yelpazede kültürel ve politik etkileri olan bir dizi varsayıma dayanmaktadır (Delanty, 2019; Guest, 2023, s. 31). Şan (2024, s. 27), “*Dünyanın Yeni Akli: Neoliberal Toplum Üzerine Deneme*” adlı yapıtlarında Pierre Dardot ve Christian Laval neoliberalizmin iktisadi bir teoriye indirgenemeyeceğini aksine dünyanın yeni aklına dönüştürdüğünü söylemektedir. Öyle ki merkezine yerleştirdiği rekabet ile bireylerin tüm varlığını kuşatarak toplumsal yaşamın tüm alanlarına müdahale etmeyi amaçlayan bu yeni rasyonalitenin altın kuralı ise kişiyi, toplumu ve devleti bir şirket gibi görmektir. Tam bu noktada Taylorizm, Scott'un (2022) deyiimiyle her ideoloji ile kol kola ve “siyasi açıdan çokeşli” olması nedeniyle neoliberalizm ile kendine geniş bir uygulama alanı yaratabilmiştir. Özellikle son yıllarda geniş ve derinlemesine yayılmış bir yönetim rasyonalitesine dönüşen normatif bir akıl düzeni (Brown, 2015; Aktaran: Guest, 2023, 32) olarak nitelendirilen bu üretkenlik ve rekabet ideolojisinin bir uzantısı olan yönetimselcilik yaklaşımı, yönetim olgusunun tarihsel süreçte geçirdiği evrelerin hemen hemen her döneminde baskın bir şekilde varlığını gösteren bir ideoloji olarak nitelendirilmektedir. Bu çalışmada ilgili nitelendirme, gerekçelendirilerek üniversite bağlamında eleştirel yönetim çalışmaları perspektifinden değerlendirilmektedir.

İdeoloji kavramı sosyal bilimlerin merkezindeki kavramlardan biridir. Ancak, kavramın tartışmalı doğası, anlaşılabilirliği yanında ne zaman kullanılsa ilgili düşünceye itiraz ve onu çürütme meylinde dolayı kullanımında dikkatli olunmalıdır. Tablo 1’de de görüldüğü üzere oldukça tartışmalı doğasına rağmen literatürün ideolojiye ilişkin hemfikir olduğu neredeyse tek önerme, ideolojinin fikirlerin konfigürasyonlarıyla ilgili olduğudur (Deem ve Brehony, 2005).

Tablo 1. İdeoloji Nedir?

(1) Bir "izm", doğru olduğu kabul edilen bilişsel içeriğe sahip bir inanç sistemidir.	(9) Sapmalar ve tutarsızlıklardan oluşan bir kakofonidir.
(2) Paylaşılan bir dizi ortak ideolojik inanç ve uygulamadan oluşan bir doktrindir.	(10) Kamusal meselelere uygulanan soyut düşünce sistemleridir.
(3) Hedefleri, beklentileri ve eylemleri oluşturan bir dizi fikirdir.	(11) Üniversitelerin yönetim okulları tarafından üretilen fikirdir.
(4) Kapsamlı bir vizyon, olaylara bakma biçimidir.	(12) Aşağılayıcıdır.
(5) Yanlış bilincin yaratılmasıdır.	(13) Sağduyuludur.
(6) Kendi sanrıların, kendi yanlış bilinclerinin kurbanlarını yaratan sosyalleşme ve uyum mühendisliğidir.	(14) Düşüncenin hakikatten uzaklaştırılarak hegemonik ve güçlü bir grup tarafından icat edilen belirli bir yöne yönlendirilmesidir.
(7) Normatif düşünce süreçleridir.	(15) İktidarın hizmetindeki bilgidir.
(8) Çelişkilerini gizleyen bir gerçeklik pelerinidir.	(16) Tek boyutlu ve diyalektik değildir.

Kaynak: (Cleg, 2014, s. 567, Klikauer, 2013, s. 2-8).

İdeoloji bazen olumsuz bir kavram olarak algılanmaktadır ve böylesi çağrışımlardan kurtulmak zordur. Örneğin eğer yönetimin ideolojik olduğu söyleniyorsa, bu durumda onun bir şekilde kusurlu olduğu ifade edilmek istenmektedir. Çünkü ideolojinin çıkarları desteklemeye ve güç ve tahakküm ilişkilerini sürdürmeye olan tavrına

vurgu yapılmaktadır (Al Mahameed vd., 2022, s. 38). Bu anlayışın merkezinde ise Lukács, Gramsci ve Mannheim gibi tarihselciler tarafından dile getirilen bir ideoloji görüşü yatmaktadır. Bu görüşe göre bilişlerin, inançların ve teorilerin belirli bir sınıfın çıkarlarını ifade ettiği düşüncesi yer almaktadır. Yöneticilerin çıkarlarını ifade eden bir yaklaşım olarak yönetimcilik, üzerine geliştirilen herhangi bir teorinin ideoloji meselesinden kaçınmayacağı bir gerçektir (Klikauer, 2019).

Yöneticilerin gücünü korumaya odaklanan ilkeler kullanılarak yürürlüğe konan bu ideoloji, yönetim ve idareyi, herhangi bir modern politik ekonomide ilerleme, teknolojik gelişme ve sosyal düzenin sağlanması için işlevsel ve teknik olarak vazgeçilmez olarak görmektedir (Vong, 2021). Bu ideoloji aslında otorite teorisi üzerine temellendirilmiştir. Bu temellendirme ilgili literatürde ihmal edilmiştir. Çünkü akademisyenler genellikle otoriteyi bir güç biçimi olarak ele almış ve otoritenin aynı zamanda bir güç kaynağı olduğu görüşünü göz ardı etmişlerdir. Bazı akademisyenler yöneticiliğin pratik bir tanımını benimseyerek onu neoliberal ideolojinin bir aracı olarak; diğerleri ise kendi içinde ayrı bir ideoloji olarak ele almaktadır (Deem, 1998; Uysal ve Peşteli, 2022). Bazıları ise biraz daha ileri giderek yöneticiliği, yöneticiler tarafından yaratılan bir ideoloji olarak kabul etmektedirler. Yöneticiliğin kesinlikle demokratik olmadığını; yönetici bir anlayışın vatandaşların çoğunluğunun ihtiyaçlarına, arzularına ve isteklerine cevap veremeyeceğini ileri sürmektedirler (Enteman, 1993; Doran 2016; Keskin, 2016).

Yöneticiliğin ortak bir tanımı, tüm kuruluşların verimliliğinin ve sonuçlarının optimizasyonunun yönetsel uzmanlık, teori ve tekniklerin uygulanması yoluyla elde edilebileceği inancına dayanan bir ideoloji olduğudur. Ayrıca hem özel hem de kamu kuruluşları için geçerli olduğu savunulmaktadır. Bu düşünce onu oldukça uç noktalarda uygulama potansiyeli olan bir ideoloji olarak algılatmaktadır. Örneğin bir üniversite ve bir motorlu araç şirketi gibi kuruluşlar arasındaki farklılıkların benzerliklerden daha az önemli olduğu ve tüm kuruluşların performansının genel yönetim becerileri ve teorisinin uygulanmasıyla optimize edilebileceği (Quiggin, 2003) bugün birçok yönetici ve yönetim bilimci tarafından tekrarlanıp durmaktadır. Bu noktada bir yöneticilik dili ortaya çıkmış ve bu dili icat edenler ise işletme okulları ile sözde yönetim gurularıdır. Peter Drucker'a göre bu gurular, "kavrayamadıkları şeyleri derin olarak değerlendirebilecek şarlatanlardır" (Klikauer, 2023).

Bu noktada, Yöneticiliğin analiz edilmesi son derece önemlidir. Çünkü bu ideoloji son yirmi yılda hem özel sektörde hem de kamu sektöründe karar alma süreçlerini etkilemektedir. Yöneticilik ideolojisi hem makroekonomik düzeyde hem de firma veya kamu kuruluşu düzeyinde uygulanmış ve önemli etkilere sahip olmuştur (Doran, 2016, s. 16). Bu nedenle, yöneticiliğin analizi her iki düzeyde de çalışanlar için önem taşımaktadır. İş veya yönetim alanlarında ya da daha genel olarak ekonomik ve siyasi hayatta faaliyet gösterenlerin, yöneticilik ideolojisi ve türevleri konusunda daha bilinçli, daha eleştirel olmaları gerekmektedir.

Çalışmada araştırma amacına uygun yöntem olarak geleneksel literatür taraması kullanılmıştır. Yöneticilik yaklaşımının neden ideoloji olarak ele alınıp incelendiğinin gerekçelendirileceği çalışmada, yöneticilik ideolojisinin tarihsel gelişimi, başlıca özellikleri, etkileri ele alınıp incelenmiştir. Ardından yöneticiliğin bir uygulama alanı olarak kendini son yıllarda baskın bir şekilde gösterdiği üniversite pratiklerine ilişkin yapılmış çalışmalar, üniversite izleme ve değerlendirme raporları ve üniversitelere ilişkin haber metinleri vb. dokümanlar eleştirel yönetim çalışmaları perspektifinden aktör, yapı ve süreç boyutları ile değerlendirilerek öneriler geliştirilmiştir.

Çalışmada üniversiteler karmaşık ve çok boyutlu yapıları ile yöneticilik uygulaması için birçok fırsat sunmasından dolayı seçilmiştir. Yönetim teorileri, pratik uygulamalar ve toplumsal etkiler açısından zengin bir bağlam sunan üniversitelerin sahip olduğu yüksek nitelikli insan kaynağının yöneticilik ideolojisi ile nasıl değerlendirildiği eleştirel yönetim çalışmalarının önemli bir araştırma konusu olma özelliği taşımaktadır (Al Mahameed vd., 2022; Deem, 1998; Deem, Hillyard ve Reed 2007; Uysal ve Peşteli, 2022). Bu amaçla yöneticiliği bir ideoloji olarak ele alan ve üniversiteler bağlamında yapılmış çalışmalar dikkate alınarak yönetici ideolojinin üniversiteleri nasıl etkilediğini sistematik olarak ortaya koymak amacıyla aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Yöneticilik ideolojisi üniversitelerde aktif ve pasif aktörleri nasıl etkilemektedir?
- Yöneticilik ideolojisi üniversitelerde kurumsal olarak nasıl yapılanmaktadır?
- Yöneticilik ideolojisi üniversitelere hangi süreçleri nasıl dâhil etmektedir?

İlgili sorular çerçevesinde literatüre dayalı olarak etkiler aktör, yapı süreç olarak kategorize edilmiştir. Bu tür bir analiz, üniversitelerin kurumsal eşbiçimlilik sergileme potansiyellerinin keşfi ile özgün ve özgür bir örgüt olma gerekliliğinin önünde engel olup olmadığının tespiti için kritik öneme sahiptir. Ayrıca ortaya çıkan yeni üniversite örgüt yapısının toplum üzerindeki rolünün ve etkisinin sorgulanması adına çarpıcıdır.

2. YÖNETİMCİLİK ANLAYIŞININ TEORİK ÇERÇEVESİ VE ARKA PLANI

İkinci Dünya Savaşı sonrası yeniden örgütlenme sürecinde kendine gelişme fırsatı bulan yönetim, meşru bir sosyal uygulama ve yöneticilere etkinlik, verimlilik, kâr veya kamu yararına bir hizmet sağlamak amacıyla başkalarını işe alma, işten çıkarma, emir verme, kontrol etme ve performanslarını değerlendirme hakkı veren kurumsal ve sosyal normlar tarafından desteklenen bir statü haline gelmiştir. Bu statü ile başarılı olduğu kadar başarısızlıklar da yaşanmıştır. Ancak her defasında kendini yenileme potansiyelini etkin kullanan bir yapı haline dönüşmüş ve kavramsal olarak da üretken olmayı başarmıştır. Bu yönüyle ele alındığında yöneticilik, genellikle yönetici sınıfının ve yönetimi ideolojinin yükselişiyle ilişkilendirilmektedir (Cunliffe, 2009). Yöneticilik terimi uzun zamandır kullanılıyor olsa da teori geliştirme ve örgüt içinde nasıl yayıldığı ve gerçekte nasıl işlediğini açıklayan faydalı modellerden yoksundur (Klikauer ve Tannö, 2022). Tarihsel olarak yöneticiliğin kökleri Bilimsel Yönetim ve İnsan İlişkileri yaklaşımlarına kadar uzanmaktadır. O dönemde kavram, sistematikleştirme ve meşrulaştırma ile ilişkilendirilmiştir (Cunliffe 2009, s. 16). Ancak burada Keskin'in (2016: 3) yaklaşık 1500-1914 yıllarını kapsayan ve literatürde ticaret ve sömürgecilik dönemi olarak adlandırılan dönemi yöneticiliğin temellenmeye başladığı dönem olarak belirttiğini hatırlatmakta fayda vardır. Zira birden ortaya çıkan bir paradigma olmadığı ve hazırlayıcı koşulların neler olduğunu daha net anlamak adına önemli bir savdır. 1914 sonrası ise uluslararası dönem olarak adlandırılmakta olup yöneticiliğin, yönetim bilimleri perspektifinde önem kazanmaya başladığı sürecin başlangıcıdır.

Hoopes (2003) yöneticiliğin köklerinin 1920'ler ve 1930'larda Harvard İşletme Okulu'na dayandığını belirtmektedir. Okulun dekanı Wallace Brett Donham'ın, sadece iş dünyası için değil, toplumun geneli için merkezi olacak bir yönetsel dünya görüşü yaratmayı amaçladığını ve vizyonunun şimdi gerçekleşiyor olduğunu ifade etmektedir. Bu noktada Hoopes haksız sayılmaz gibi görünmektedir. Çünkü ilk olarak Ekim 1922'de Harvard Business School'un dekanı Wallace Brett Donham öncülüğünde yayınlanan Harvard Business Review bir asırlık geçmişi ile kanıtlar niteliktedir. Bu derginin "her sayıda çığır açan araştırmalar ile iş gündemini şekillendiren güçlerin analizleri ve bireylerin daha etkili bir şekilde liderlik etmelerine, yönetmelerine ve rekabet etmelerine yardımcı olacak kanıtlanmış en iyi uygulamalar sunulduğu" belirtilmektedir (Harvard Business Review, 2024). Harvard Business Review bir asırlık geçmişinde "Managerialism"den bir makalede yalnızca bir kez bahsetmektedir (Klikauer, 2019; Harvard Business Review, 2024). Ancak Harvard Business Publishing'in eski Yayın Direktörü Walter Kiechel Kasım 2012 sayısında yayınlanan "The Management Century" adlı magazine makalesinin yöneticilik vurgusu yaptığı son paragrafta sözlerini şu şekilde bitirmektedir:

"Yöneticiliğin işi henüz bitmedi. Yönetim, nihayetinde, insanları ve örgütleri nasıl daha etkili hale getireceğimizle ilgili olduğu için- ve insanlar inatla insan olma eğilimlerine bağlı kaldıkları için- hiçbir zaman "en iyi yol" olmayacaktır. Ancak neredeyse her zaman daha iyi bir yol vardır. Yönetim bunu aramaya devam edecektir."

Harvard Business Review'da yöneticiliğe ilişkin eleştirel bakış Kiechel (2012) ile sınırlı iken bugün birçok yazarın üzerine çok fazla kafa yormaya başladığı görülmektedir. Zira Web of Science Core Collection dikkate alındığında; 1980 yılında yayınlanan ilk "Managerialism" olgusuna odaklanan çalışmayı takiben yayınlanan toplam 2468 çalışmanın 1268'i son on yılda yayınlanmıştır. Ek olarak son on beş yılda dikkate alındığında yıllık ortalama 120 çalışma yayınlanmaktadır (Bkz.: Web of Science, 2024). Verilen bu istatistikler özde, yöneticilik olgusunun eleştirel perspektiften ele alıp incelenmeye başlandığı tarihi ve süreç içerisinde olgunun etkisinin incelenmeye değer olduğu algısındaki artışa dair çıkarım yapmamıza yardımcı olmaktadır.

Bunun yanı sıra göz ardı edilmemesi gereken önemli bir noktada -kesin bir tarih vermek mümkün olmasa da- yönetim ve yönetici olgusuna ilişkin merak ve felsefe yapma yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. Hatta bariz bir şekilde yöneticilik denilmesine de bu çalışmada ifade edeceğimiz içeriği ile bile benzeşen açıklamalara rastlamak mümkündür. Elbette bilginin birikimli ve sosyal olmasının etkisi burada temel unsurdur. Örneğin, on dokuzuncu yüzyılın ortalarında John Stuart Mill, başkalarını yönetenlerin daha yüksek bir idrak kabiliyetine; yani resmi ve gayri resmi ya da iş başında eğitim yoluyla edinilen meşruyetle sahip olması gerektiği belirtip bu kişilerin karmaşık sorunlarla boğuşup alışlagelmiş işlerin dışında birçok yükümlülüğü yerine getirmesini yüksek maaşları için meşru bir gerekçe olarak sunmaktadır (Wren ve Bedeian, 2021, s. 92). Bu ve benzeri örnekler literatürde klasik yönetim olarak adlandırılan dönem öncesinde sıklıkla rastlamak mümkündür.

Bu çalışmada bir ideoloji olarak ele aldığımız yöneticilik, uygulamada büyük şirketlerin Amerika'da ilk ortaya çıktığı andan itibaren başlamıştır. Diktatörlüğüyle nam salmış Frederick W. Taylor (1856-1915) bile kendisini ilerici bir sosyal reformcu, çalışan insanların dostu ve yardımcısı olarak sunmaya çalışmıştır (Wren ve Bedeian,

2021). Hoopes (2003) ise yöneticiliğin asıl kökeninin, 1920'lerde ve 1930'larda Harvard İşletme Okulu'nda Profesör Elton Mayo'nun rehberliğinde kök salan insan ilişkileri hareketine dayandığını belirtmektedir. Yazara göre Hawthorne deneyinin ana yorumcusu olan Mayo "Hawthorne etkisi" olarak bilinen, çalışanların üretimlerini deneyicilerin gözlemi altında çalışmaktan başka bir sebep olmaksızın artırdıkları fikriyle hatırlanmaktadır. Modern yönetimin sempatik anlayışa ve çalışanların çabalarının cömertçe takdir edilmesine yaptığı vurgunun çoğu, Hawthorne etkisini bir insan idare tekniğine genelleştirme girişimidir. Hoopes (2003) daha da ileri giderek Mayo'nun Hawthorne deneyine getirdiği sahte yorum ile masrafsız duygusal ve manevi ödüllerin çalışanları motive etmek için paranın yerini alabileceği fikrini başlatmıştır demektedir. 1950'lerde Harvard Business School'da oluşturulan ilk örgütsel davranış dersi, Mayo'nun insan ilişkileri grubundaki en önde gelen öğrencisi ve Hawthorne Deneyi, Yönetim ve İşçi (1939) üzerine büyük bir kitabın ortak yazarı olan Fritz Roethlisberger'in fikriydi. Örgütsel davranış artık Amerika Birleşik Devletleri'ndeki ve giderek artan bir şekilde tüm dünyadaki işletme okullarında zorunlu bir derstir.

Bir ideoloji olarak yöneticiliğin fikirleri ile herhangi bir siyasi partinin fikirleri arasında yakın bir bağlantı bulunmaktadır. Neoliberalizmin kökleri nasıl kamu tercihi teorisine dayanıyorsa, yöneticilik de Taylor'ın bilimsel yönetim okulundan (1911) kaynaklanmaktadır. Bu nedenle yöneticiliğin ilk örnekleri genellikle neo-Taylorist olarak tanımlanır. Klikauer (2015) yöneticiliği, yönetimin genel araçlarını ve bilgisini ideolojiyle birleştirerek, işletme sahiplerini (mülkiyet), çalışanları (örgütsel-ekonomik) ve sivil toplumu (sosyal-politik) tüm karar alma yetkilerinden mahrum bırakırken kendisini kuruluşlarda, kamu kurumlarında ve toplumda sistematik olarak yerleştiren bir ideoloji olarak tanımlamaktadır. Deem, Hillyard ve Reed (2007, s. 6) ise "yönetmeyi ve yönetimi, herhangi bir modern politik ekonomide ekonomik ilerleme, teknolojik gelişme ve sosyal düzenin sağlanması için işlevsel ve teknik olarak vazgeçilmez olarak gören" bir ideoloji olarak tanımlamaktadır. Davis (1997) ise sermayenin çıkarları doğrultusunda bireylerin, toplumların ve onların örgütlerinin kontrolünü meşrulaştırmak için mal sahibinden profesyonel yöneticiye geçiş olarak ifade etmektedir (Currie vd., 2012).

Yöneticiliğin Taylor tarafından ortaya atılan yönetim çalışmalarının daha sonraki süreçte bir yozlaşması olarak kamu ve özel tüm kuruluşların verimliliğinin ve sonuçlarının optimizasyonunun yönetsel uzmanlık, teori ve tekniklerin uygulanması yoluyla elde edilebileceği inancına dayanan bir ideoloji olduğu söylenebilir (Doran, 2016).

2.1. Bir İdeoloji Olarak Yöneticilik

İdeoloji konusu olgusal olarak yönetim için yeni değildir. Atmış yılı aşkın bir süredir yönetim ve örgüt bilimciler özellikle ideolojilerle ideoloji ve yönetsel faaliyetler arasında uzun süredir devam eden yakın bir ilişki olduğunu belirtmektedir (Klikauer, 2015). Yönetimin çıkarları adına ileri sürdükleri iddiaları açık entelektüel sorgulamaya ve demokratik tartışmaya açmak önemlidir.

Yöneticiliğin siyaseti ve siyaset felsefesindeki öncülleri açısından soyağacı son derece karışıktır. Örneğin, tarihsel bir perspektiften bakıldığında, yöneticiliği siyasi yelpazenin solunda ya da sağında konumlandırmak, bir tanım yapmaktan daha da zor görünmektedir. Öncelikle belirtilmesi gereken husus, yöneticiliğin herhangi bir siyasi ideoloji yelpazesi içinde konumlandırılması konusunda herhangi bir fikir birliği olmadığıdır (Doran, 2016, s. 86). Klikauer (2015) başlangıçta kuruluşların farklılıklardan çok benzerliklere sahip olduğuna ve bu nedenle tüm kuruluşların performansının genel yönetim becerileri ve teorisinin uygulanmasıyla optimize edilebileceğine dair bir inanç olarak tanımladığı yöneticiliğin uzun vadede ideolojiye dönüştüğü belirtmektedir. Ona göre yöneticilik, çelişkileri gizlemek, tahakkümü sürdürmek ve özgürleşmeyi önlemek için yönetsel kapitalizmin patolojilerini gizlemek üzere tasarlanmış bir ideoloji olarak var olmaktadır.

Yönetim + İdeoloji + Genişleme = Yöneticilik (Klikauer, 2013, s. 2, 3).

Yöneticilik, daha iyi yönetimi dönüştürücü olarak konumlandırılan bir ideolojidir (Pollitt, 2016, s. 431). Modern işletme okullarının en verimli üreme alanı olduğu bir ideolojidir (Klikauer, 2015). Bu tür yönetim okulları yöneticilere teknik beceriler kazandırır, ancak daha da önemlisi yöneticilik ideolojisini de beslerler.

Locke ve Spender (2011) yöneticiliği ideolojik olarak nitelendirmekte ve bunun nedenini ise yöneticilerin kendilerini profesyonel bir kast olarak görmelerinden kaynaklandığını düşünmektedir. Böylece toplum zenginlik, rütbe ya da ayrıcalık, meslek ve uğraş farklılıklarına dayalı bölünmektedir. Geleneksel kast anlayışlarının aksine, bu farklılıklar geleneksel olarak atfedilmekten ziyade elde edilmektedir. Bu haliyle yöneticilik, tek boyutlu yönetim tekniklerinin işin, toplumun ve kapitalizmin tüm alanlarına uygulanmasını, üstün ideoloji, uzman eğitimi ve kamu kurumlarını ve toplumu şirketler olarak yönetmek için gerekli yönetim bilgisinin ayrıcalığı gerekçeleriyle haklı çıkarmaktadır (Klikauer, 2015, s. 1105).

Yönetimci uygulayıcılara göre bir reklam ajansını, bir petrol platformunu ya da bir üniversiteyi yönetmek için gereken beceriler arasında çok az fark vardır. Bir kuruluşun ana işiyle ilgili deneyim ve beceriler ikincil olarak kabul edilir. Harvard Business Review'ın eski editörüne göre yöneticiliğin savunucuları, "Adımız bu olmasa bile hepimiz yöneticiler gibi düşünmeyi öğreniriz" demektedir. Buna karşı Grey (1999, s. 561), yöneticiliği baskıcı olarak vurgulamaktadır. Ona göre yöneticiliğin sahte evrenselleştirmesi yalnızca baskıcı olmakla kalmaz, aynı zamanda yönetsel kapitalizmin sınıfsal karakterini de ortadan kaldırmayı amaçlamakta ve toplumu bütünüyle dönüştüren yönetici bir sınıfı tanımlamak için pejoratif olarak kullanılmaktadır. Bu haliyle modern yöneticilik belki de en çok Marksizm'e benzemektedir. Tıpkı onun gibi pek çok örgütlenme türünün işleyişine sızma ve çarpıtma yeteneğine sahiptir; gündelik dili sömürgeleştirerek ve renklendirerek çalışır, tüm yaratım, hayal gücü ve yetiştirmenin ölçülebilir maddi süreçlerden kaynaklandığını iddia eder (Doran, 2016, s. 87).

2.2. Uygulamada Yöneticilik İdeolojisi ve Etkileri

Yöneticiliğin uygulanması, üst düzey yöneticiler ile çalışanlar, özellikle de profesyoneller arasındaki ekonomik ve güç ilişkilerinde belirgin bir değişimle fark edilebilir. Yönetimci politikanın temel özellikleri, sürekli örgütsel yeniden yapılanma, teşviklerin keskinleştirilmesi ve üst düzey yöneticilerin sayısında, gücünde ve ücretlerinde artış, buna karşılık vasıflı işçilerin ve özellikle de profesyonellerin rolünün azaltılmasıdır (Quiggin, 2003). Kurumsal bağlamda yöneticiliğin nasıl hayata geçirildiğini açıklayan çalışmada Shepherd (2018), yöneticiliğin ideolojik ilkelerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Daha ticari bir yaklaşımla özel sektör uygulamalarının benimsenmesi,
- Bir yönetim kültürünün oluşturulması,
- Yönetime rasyonel bir yaklaşım (örn. stratejik planlama ve hedef belirleme) önermesi,
- Hat yönetimi işlevinin güçlendirilmesi (örn. performans yönetimi),
- Çalışanların bağlılığını sağlamak için insan kaynakları yönetimi tekniklerinin benimsenmesi,
- Girdiler ve süreçlerden çıktılar ve sonuçlara geçiş sağlanması,
- Çıktıların daha fazla ölçülmesi ve sayısallaştırılması (örn. performans göstergeleri).

Shepherd'a (2018) göre ideal tipte bir yöneticilik aşağıda sıralanan beş temel ideolojik ilke ya da iddiadan oluşmaktadır. Buna ek olarak, özellikle kamu sektörü bağlamında yöneticilik için geçerli olan altıncı bir iddia, özel sektör yöntemlerinin üstünlüğüne dair bir inanç vardır.

- Yönetim önemlidir ve iyi bir şeydir.
- Yönetim ayrı bir işlevdir.
- Yönetim rasyonel ve değerden bağımsızdır.
- Yönetim geneldir ve evrensel olarak uygulanabilir.
- Yöneticiler aşağıdakileri yönetme hakkına sahip olmalıdır.
- Özel sektör yöntemleri daha üstündür.

Yukarıda sıralanan iddiaların uzun vadede örgütlerin yapısı ve yönetim süreçleri üzerinde oluşturacağı olumlu ve olumsuz etki de üzerinde düşünülmesi gereken önemli bir noktadır. Yöneticilik, örgütsel ve yönetsel süreçlerin belirli standartlara uygun hale getirilmesini teşvik etmesinden dolayı standartlaşmayı sağlamaktadır. Standartlaştırma sayesinde, kalite ve süreç iyileştirmeleri daha tutarlı bir şekilde uygulanabilir ve böylece örgütler arası karşılaştırmalar kolaylaşmaktadır. Örneğin üniversitelerde eğitim süreçlerinde belirli kalite göstergeleri oluşturulmasını sağlamaktadır (Deem ve Brehony, 2005).

Diğer taraftan yöneticiliği, şeffaflık ve hesap verebilirlik odaklı bir ideoloji olarak değerlendirebiliriz. Böylece yöneticilerin ve çalışanların performansını ölçmek ve faaliyetlerini değerlendirmek için kilit performans göstergeleri gibi metriklerin kullanılmasını teşvik etmektedir. Bu da örgütlerin güvenilirlik ve sorumluluk bilinciyle yönetilmesini sağlayabilmektedir.

Ancak bunun yanında yöneticilik ideolojisi uzun vadede insani ve sosyal değerlerin ikinci plana atılmasına neden olabilmektedir. Özellikle benimsediği nicel perspektiften dolayı örgütlerde ölçülemez alanların göz ardı edilmesi gibi olumsuz bir etkinin ortaya çıkması muhtemeldir. Özellikle eğitim, kültürel gelişim ve etik değerler, nicel

metriklerle ölçülemeyebilir. Bu durum, örgütlerdeki derinlemesine öğrenme ve yaratıcı süreçlerin öneminin küçümsenmesine neden olabilmektedir.

Son olarak yöneticilik, örgütlerde piyasa odaklı bir kültür yaratmaktadır. Bu, eğitim ve sağlık gibi kamu yararına çalışan sektörlerde bile, faaliyetlerin kâr odaklı hale gelmesine yol açabilmektedir. Örgütlerin mekanik ve bürokratik yapıları güçlendirme eğiliminden dolayı çalışanlar arasında yaratıcı ve esnek düşüncenin azalmasına neden olabilmektedir.

3. YÖNETİMCİLİK İDEOLOJİSİNİN UYGULAMA ALANI OLARAK ÜNİVERSİTELER

Rasyonellik peşinde koşmanın bir tahakküm biçimi olabileceğini söyleyen Max Weber'in içgörüsündeki bilgeliği kavramak ve rasyonellikten söz ederken her zaman, "Kimin için rasyonel?" sorusunu sormak gerekmektedir (Morgan, 1998, s. 341).

Yönetimcilik ideolojisi, özellikle neoliberalizmin yükselişiyle birlikte 1980'lerden itibaren birçok sektörde olduğu gibi üniversitelerde de etkisini göstermeye başlamıştır. Bu ideoloji, iş dünyasından gelen stratejilerin ve uygulamaların kamu kurumlarına, özellikle de üniversitelere taşınması anlamına gelmektedir. Yönetimcilik ideolojisinin üniversitelerde kendine alan yaratmasının temel hazırlayıcı unsuru, özellikle 1980'li yıllarda yükselişe geçen neoliberal politikalar olmuştur. Bu ideolojinin yükseköğretimdeki etkisi, kamu kaynaklarının azalmasıyla birlikte üniversitelerin kendilerini piyasa dinamiklerine uyarlamak zorunda kalmalarıyla ortaya çıkmıştır. Neoliberal reformların sonucu olarak, üniversiteler öz kaynak yaratmaya yönlendirilmiş, performans değerlendirme sistemleri ve hesap verebilirlik mekanizmaları gibi piyasa temelli yönetim uygulamaları ile şekillenmiştir (Deem ve Brehony, 2005; Olssen ve Peters, 2005).

Tarihsel olarak bu süreç, İngiltere'de Thatcher döneminde (1979-1990) ve Amerika'da Reagan döneminde (1981-1989) kamu hizmetlerinin küçültülmesi ve özelleştirme süreçleriyle başlamıştır. Thatcher yönetimi döneminde devlet üniversitelerine yapılan mali desteklerde ciddi kesintiler yapılmış ve üniversitelerin kendi finansal kaynaklarını yaratmaları teşvik edilmiştir. Bu süreçte üniversiteler, daha piyasa odaklı stratejiler benimseyerek özelleştirme politikalarına entegre olmuştur (Deem ve Brehony, 2005). Benzer şekilde, Reagan dönemi Amerika'sında da üniversiteler ticari iş birliklerine ve ticarileşmeye yöneltilmiş, bu da üniversitelerin girişimcilik ve patentli araştırmalar gibi alanlarda daha aktif hale gelmesine yol açmıştır (Olssen ve Peters, 2005). Kısaca yönetimcilik ideolojisi üniversitelerde neoliberal politikaların etkisiyle yükselişe geçmiştir. Özellikle finansal özerklik, performans yönetimi, rekabetçilik ve ticarileşme süreçleri, üniversitelerin yönetsel yapılarının yeniden şekillenmesinde başlıca unsurlar olmuştur. Benzer ekonomik politikalar Türkiye'de de etkisini göstermiş olmasına rağmen üniversitelerin yeniden yapılanması sürecinde farklı dinamikler işlevsel rol oynamıştır. Bu nedenle üniversiteler için söz konusu olan bu yapısal değişimi Türkiye'de gözlemlemek biraz zaman almıştır.

Akademik Kapitalizm Teorisi de bu sürecin bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Slaughter ve Leslie (1997) tarafından geliştirilen bu teori, üniversitelerin giderek daha fazla piyasa odaklı hale geldiğini ve akademik bilginin ticarileştirildiğini öne sürmektedir. Özellikle patentler, ticari iş birlikleri ve sanayiyle ortak projeler gibi gelir getirici faaliyetler, akademik üretimin piyasa taleplerine göre şekillendiğini göstermektedir. Benzer şekilde üniversite dersleri potansiyel başvuru sahiplerine bir yükseköğretim piyasasında seçenek olarak satılırlar. Öyle ki lisans programları özel sektörden alınıp benimsenmiş pazarlanma stratejileri ile meta olarak değerlendirilip satılmaktadır (Guest, 2023, s. 34). Böylece piyasa mantığının üniversiteler tarafından verimli görülme ve arzu edilir olmak gayesi ile çabucak içselleştirilmiştir.

Yükseköğretimde, daha açık bir yukarıdan aşağıya kurumsal yönetim yaklaşımının ortaya çıkmasıyla birlikte, yönetimciliğin üniversite yaşamının her köşe ve bucağına sızdığı kabul edilmektedir. Deem ve Brehony (2005) yeni yönetimciliği Birleşik Krallık'ta kamu tarafından finanse edilen yükseköğretime nüfuz etmiş bir ideoloji olarak görme durumunu araştırdıkları çalışmada üniversiteleri ideoloji kavramı bağlamında ele almanın çekinilen bir şey olduğunu ve nadir bir durum olduğunu belirtmektedir. Buna karşın Türkiye Yükseköğretimine ilişkin çalışmalarında Uysal ve Peşmeli (2022) neoliberal politikalar aracılığıyla iş kültürünün akademiye nüfuz etmesinin, üniversitelerde yönetsel düşünce ve uygulamaların yaygınlaşmasıyla sonuçlandığını; kamu ortamında özel sektör yöntemlerine inanılması ve uygulanması olarak anlaşılan yükseköğretimde yönetimciliğin üniversitelerin ticari işletmeler olarak yönetilmesiyle sonuçlandığını ileri sürmektedir.

3.1. Yönetimcilik İdeolojisinin Üniversitelere Üç Boyutlu Etkisi

Bu çalışmada yönetimcilik ideolojisinin üniversitelerdeki etkileri, aktör (özne/eyleyen), yapı (kurumsal düzen) ve süreç (düzenin işleyiş mekanizması) boyutları üzerinden ele alınmıştır. Bu sınıflandırma, yönetim olgusunun yalnızca yönetsel tekniklerden ibaret olmadığını; birey, örgüt ve sistem düzeylerinde etki yaratan bir ideolojik düzen olduğunu ortaya koymak amacıyla tercih edilmiştir. Söz konusu üçlü ayırım, toplumsal ve örgütsel çözümlemelerde uzun süredir kullanılan bir epistemolojik çerçeveye dayanmaktadır. Giddens'in (1999, s. 58-73) yapılaşma kuramında ifade ettiği üzere, toplumsal pratikler aktör ve yapı arasındaki karşılıklı etkileşimle şekillenmektedir. Örgüt teorisinde ise (Parsons, 2005, s. 46-58; Scott, 1995) bu etkileşim süreçsel bir boyut kazanarak karar alma, performans ölçümü ve denetim mekanizmalarında görünür hale gelmektedir. Bu yönüyle çalışma, yönetimciliğin üniversite alanında aktör-yapı-süreç düzeylerinde iç içe işleyen etkilerini çözümlemeye olanak tanıyan bütünsel bir analitik çerçeveye dayanmaktadır.

Bu çerçevenin üç boyutu, yönetim ideolojisinin farklı düzlemlerdeki tezahürlerini açıklamak için seçilmiştir. Aktör boyutu, yönetimciliğin birey ve kimlik düzeyindeki etkilerine odaklanmakta; akademisyen, yönetici ve öğrenci gibi üniversite aktörlerinin davranışlarını, rollerini ve mesleki özerkliklerini nasıl dönüştürdüğünü inceleyen mikro-düzeyle analiz alanıdır (Deem, Hillyard ve Reed, 2007). Bu boyut altında yer alan *"Akademik özgünlük ve özgürlüğün azalması"* ve *"Yönetici akademisyenliğin yükselişi"* alt başlıkları, yönetimciliğin özneleşme biçimlerini ve profesyonel kimlik dönüşümlerini görünür kılmak üzere literatüre dayalı olarak geliştirilmiştir (McCarthy ve Dragouni, 2021; Al Mahameed vd., 2024). Süreç boyutu, yönetimciliğin teknik-rasyonel mantığının, performans göstergeleri, rekabetçilik ve verimlilik ölçütleri aracılığıyla üniversitelerin karar, değerlendirme ve denetim mekanizmalarına nasıl yerleştiğini açıklamaktadır (Taylor, 2017; Deem, 1998; Slaughter ve Rhoades, 2004). Bu doğrultuda *"Performans ve rekabet odaklı yönetim"* ile *"Ticarileşme ve piyasa odaklılık"* başlıkları, üniversitelerin neoliberal dönüşümünde süreçsel kontrolün niteliğini betimlemektedir. Yapı boyutu ise yönetimciliğin kurumsal düzeydeki etkilerine odaklanmaktadır. Yeni Kamu Yönetimi yaklaşımıyla birlikte üniversitelerin hiyerarşik, performans temelli ve birbirine benzer örgütsel yapılara dönüşümünü analiz etmektedir (Deem ve Brehony, 2005). Bu kapsamda *"Yeni Kamu Yönetimi"* ve *"Eşbiçimlilik"* alt başlıkları, yönetimciliğin kurumsal yeniden yapılanma ve standartlaşma süreçlerindeki etkisini yansıtmaktadır.

Dolayısıyla bu üçlü çerçeve, yönetimciliğin üniversite bağlamında hem mikro (aktör) hem mezo (süreç) hem de makro (yapı) düzeylerde birbiriyle örülü biçimde işleyen ideolojik etkilerini görünür kılmaktadır. Böylece çalışmada yönetimcilik, yalnızca bir yönetim tarzı olarak değil, üniversitelerdeki bilgi üretim biçimlerini, kimlikleri ve örgütsel düzeni eşzamanlı olarak biçimlendiren bütünsel bir olgu olarak kavramsallaştırılmaktadır. Şekil 1'de yönetimcilik ideolojisinin üniversitelerde nasıl ortaya çıktığı ve hangi alanları etkilediğine ilişkin anlayış oluşturma gayesiyle, aktör, yapı ve süreç değişkenleri dikkate alınarak oluşturulan bu üç boyutlu sınıflandırma sunulmuş ardından bu boyutlar detaylı biçimde açıklanmıştır. Böylece sistemin ve dönüşüm süreçlerinin daha net anlaşılabilir hale getirilmesi amaçlanmıştır.

Şekil 1. Yönetimcilik İdeolojisinin Üniversitelere Üç Boyutlu Etkisi



Kaynak: Literatür ışığında yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.1.1. Aktör Boyutu

Yükseköğretim sisteminde aktör boyutu, üniversitelerin başta akademisyenler olmak üzere yöneticiler, öğrenciler ve idari personeli gibi temel insan unsurlarını ve bu bireylerin rollerini, davranışlarını ve etkileşim biçimlerini ifade etmektedir (Musselin, 2005). Aktörler, üniversitenin hem kurumsal kültürünü hem de bilgi üretim pratiklerini şekillendiren temel öğelerdir. Ancak yöneticilik ideolojisinin yükselişiyle birlikte bu aktörlerin konumları, işlevleri ve mesleki özerklikleri önemli ölçüde dönüşüme uğramaktadır. Özellikle akademisyenler, piyasa odaklı performans kriterleri, dış kaynaklı fon baskısı ve üniversitelerin rekabetçi sıralama kaygıları doğrultusunda metriklerle ölçülen üretim baskısı altına girmiştir (Slaughter ve Rhoades, 2004). Bu durum, akademik özgürlük ve özgünlüğü zedeleyen bir yapı doğurmakta, araştırma gündemlerinin piyasa taleplerine göre şekillenmesine ve eleştirel düşüncenin marjinalleşmesine yol açmaktadır (McCarthy ve Dragouni, 2021). Böylece, yöneticilik ideolojisi sadece yapısal ve yönetsel düzenlemeleri değil, üniversitenin aktörlerini de dönüştürücü ve disipline edici bir mekanizma haline gelmiştir.

3.1.1.1. Akademik Özgürlük ve Özgürlüğün Azalması

Yöneticilik ideolojisinin üniversitelerdeki bir diğer önemli etkisi, akademik özgürlük ve özgürlük alanının daralmasıdır. Akademisyenlerin araştırma alanları, üniversitelerin piyasa odaklı stratejilerine uyum sağlamak zorunda kalabilmektedir. Bu da bazı araştırmaların ya da disiplinlerin yeterince fon bulamaması ya da dışlanmasına neden olabilir. Sonuç olarak, piyasa taleplerine göre yönlendirilen bir üniversite yapısı, eleştirel düşüncenin ve alternatif yaklaşımların önüne geçebilmektedir (Slaughter ve Rhoades, 2004). İngiltere'deki üniversitelerin işletme okullarında yöneticiliğin bir bileşeni olan performatif kültürünün yükselişi ile giderek artan niceliksel ölçüm sistemlerinin akademik kimliği istikrarsızlaştırdığına inanılmaktadır. Ayrıca akademik özgürlük ve özgünlük gibi mesleğin doğasında bulunan nitelikler giderek azalmaktadır (McCarthy ve Dragouni, 2021, s. 2342). Gaulejac'ın (2013, s. 266) "*İşletme Hastalığına Tutulmuş Toplum*" kitabında da ifade ettiği gibi yüksek performans kültürü, bir yandan üretkenlik, kârlılık ve etkililikte kayda değer bir artış gösterirken diğer yandan çalışanlar üzerinde yoğun bir baskı anlamına gelmektedir. Oluşan bu baskının akademiden beklenen özgün eser üretmenin önünde bir duvar gibi yükseldiği bugün artık açıkça görülmektedir.

3.1.1.2. Yönetici Akademisyenliğin Yükselişi

Yöneticilik, akademisyenlerin profesyonel kimliklerini bu sosyal ve kültürel bağlamda etkileme potansiyeline sahiptir. Yöneticilik, akademik kimliklerin şekillenmesinde önemli rol oynayan bir dizi beklenti ve norm yaratmaktadır (Al Mahameed vd., 2022, s. 39). Deem ve diğerleri (2007) akademide yöneticilik bağlamında tanımlanan "yönetici akademisyenler" in ortaya çıkışının akademisyenlerin mesleki kimliklerini çeşitli şekillerde değiştirme potansiyeline sahip olduğunu iddia etmektedir. Bu melez akademisyen modelinin profesyonel kimlikleri değiştirebileceği yollardan biri, geleneksel akademik rollerin parçalanmasıdır. Personel yönetimi ve bütçeyle ilgilenme gibi idari sorumluluklar, bu pozisyonları işgal edenlerin iş yaşamlarında daha yaygın hale gelmektedir. Geleneksel akademik roller ile idari sorumluluklar arasındaki sınır daha az belirgin hale gelmektedir. Bu durum, farklı roller arasındaki çizgilerin bulanıklaşmasına ve akademisyenlerin kendi profesyonel kimliklerini görme ve anlama biçimlerinin değişmesine yol açabilmektedir. Önceki araştırma ve öğretim taahhütleri azaldığı veya ortadan kalktığı için fakülte dekanları ve diğer üst düzey rolleri bulunan akademisyenler bu değişiklikleri daha yoğun bir şekilde deneyimlenmektedir (Al Mahameed vd., 2022, s. 39). Akademik olarak alanında uzun yıllar eğitim almış ve uzmanlaşmış öğretim üyelerinin yönetsel konulara mesai harcaması bir kaynak israfı olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca yöneticilik görevinden sonra tekrar akademik pozisyona dönmek zorlayıcı olabilmektedir (Erdem vd., 2019, s. 89).

3.1.1.3. Liderlik Anlayışının Değişimi

Yöneticilik ideolojisi, üniversitelerdeki liderlik ve yönetim anlayışını da değiştirmiştir. Eskiden daha katılımcı ve demokratik olan üniversite yönetimleri, yerini merkeziyetçi ve hiyerarşik bir yapıya bırakmıştır. Rektörler ve dekanlar artık yönetici pozisyonunda olup kararları daha merkezi bir biçimde almakta ve üniversitenin finansal sürdürülebilirliğiyle ilgili daha fazla sorumluluk taşımaktadır (Deem ve Brehony, 2005).

Liderlikle ilgili yapılan sayısız çalışmada vurgu yapılan otantiklik, ruhanilik, hizmetkârlık ve benzeri pozitif psikoloji ile ilgili yaklaşımların bu ideolojide pek işlevsel olmadığı görülmektedir. Kurumsal yönetim ilkelerinin benimsenmesini zorunlu kılan neoliberal ortam kendi lider tipini yaratmış ve -her ne kadar özgün olduğu varsayılrsa da- üniversite ekosisteminde de bunu talep eder olmuştur.

3.1.2. Süreç Boyutu

Süreç boyutu, üniversitelerdeki eğitim, araştırma, değerlendirme ve kaynak tahsis gibi temel işleyiş mekanizmalarının nasıl yapıldığını ifade etmektedir. Yönetimcilik ideolojisinin bu boyuttaki etkisi, süreçlerin teknokratik, standardize edilmiş ve maliyet-etkinlik temelli hale gelmesiyle görünür olmaktadır. Özellikle performansa dayalı bütçeleme, akademik faaliyetlerin çıktı bazlı değerlendirilmesi ve öğrenci memnuniyet anketlerinin karar süreçlerine doğrudan etki etmesi, üniversite süreçlerini piyasa mantığına uygun biçimde dönüştürmektedir. Bu süreçlerde öğretim üyeleri, birer “bilgi işçisi” olarak performans hedeflerine bağlanmakta; araştırma süreçleri kısa vadeli fonlara, öğretim süreçleri ise müşteri memnuniyeti ölçütlerine göre yeniden tanımlanmaktadır (Deem, 2001; McCarthy ve Dragouni, 2021; Uysal ve Peşteli, 2022).

3.1.2.1. Performans ve Rekabet Odaklı Yönetim

Yönetimcilik ideolojisi, üniversitelere performans ölçümleri, rekabetçi başarı kriterleri ve verimlilik odaklı yönetim anlayışını getirmiştir. Üniversiteler artık, eğitimin bir kamu hizmeti olmaktan ziyade, piyasa koşullarında rekabet eden kuruluşlar gibi değerlendirilmektedir. Bu durum, üniversitelerin finansal olarak kendine yetmesi gerektiği, dış kaynaklardan fon arayışlarına girmesi ve daha fazla öğrenci çekme baskısı hissetmesi anlamına gelmektedir (Deem, 1998).

Akademik faaliyetlerin değer ölçeklerine indirgenmesi iş yerinde rekabeti ve oyun kurallarına boyun eğmeyi teşvik ederken kritik konulara ayrılan alanı daraltmaktadır. Metrik kültürünün akademik iş talepleri ve kaynakları üzerindeki etkisinin yanı sıra akademik tükenmişlik üzerinde de etkisinin olduğu bilinmektedir. Artan iş yükü, azalan özerklik, meslektaş desteği eksikliği, daha fazla yorgunluk ve nihayetinde yabancılaşma sürecin en temel çıktıları olarak karşımıza çıkmaktadır (McCarthy ve Dragouni, 2021). Bu yaklaşımı eleştiren oldukça iddialı bir tutumla Utrecht Üniversitesi, rekabete çok fazla vurgu yapıldığı iddiası ile Times Higher Education (THE) Dünya Üniversite Sıralaması 2023 ve 2024'te yer almamıştır. Üniversite web sayfasında veri göndermemeyi bilinçli olarak tercih ettikleri vurgulanırken gerekçelerini;

- İş birliği ve açık erişim önemliken sıralamalar puanlamaya ve rekabete çok fazla vurgu yapmaktadır.
- Kalite karmaşık bir süreçtir. Farklı ders ve disiplinleri bünyesinde barındıran bir üniversitenin kalitesini tek bir rakamla ifade etmek neredeyse imkânsızdır.
- Araştırmada şüpheli veriler ve yöntemler kullanılmaktadır. Üniversitelerin doğru bilgileri sağlamak için çok zaman harcaması gerekiyor şeklinde sıralamışlardır (Utrecht University, 2024).

Pierre Bourdieu'nün (2021, s. 49) "akademik alan" kavramsallaştırmasına göre, üniversiteler özgün bir bilgi üretim alanıdır ve akademik sermayeye dayalı bir dinamikte işlerler. Ancak, yönetimcilik bu alanı piyasa sermayesine dayalı bir rekabet sahasına dönüştürmektedir. Sonuç olarak, üniversiteler arası rekabet artarken, özgünlük ve farklılık yerini, aynı performans göstergelerine ulaşma yarışına bırakmaktadır. Bunun uzantısı olarak yönetimi ideolojinin uygulamalarının artan önemi nedeniyle geleneksel akademik meslektaşlık ahlâkının zayıflaması nedeniyle yönetimciliğin akademisyenler tarafından hoş karşılanmadığına dair yaygın bir algı vardır (Lee, 2017).

3.1.2.2. Ticarileşme ve Piyasa Odaklılık

Yönetimcilik ideolojisiyle birlikte üniversiteler, eğitimi bir tür hizmet olarak pazarlamaya başlamışlardır. Bu, özellikle akademik programların öğrenciler tarafından satın alınan birer ürün olarak değerlendirilmesiyle görünür hale gelmektedir. Üniversiteler daha fazla öğrenci çekmek için pazarlama stratejileri geliştirmekte, öğrenci memnuniyetine büyük önem vermekte ve öğretim programlarını piyasanın taleplerine göre şekillendirmektedir (Bok, 2003).

Uysal ve Peşteli (2022) tarafından ODTÜ öz değerlendirme raporlarının incelenmesi ile ortaya konulmaya çalışılan yönetimcilik ideolojisi üniversitede kendini girdiler ve süreçlerden çıktılar ve sonuçlara geçiş, mantıklı ve rasyonel karar alma ile çıktılardan ölçülmesi ve sayısallaştırılması gibi uygulamalarda rasyonel bir yaklaşımla göstermektedir. Ayrıca üniversitelerdeki görevlere iş insanlarının atanması, yöneticilerin üniversite içindeki yetkilerinin artırılması ve girişimcilik ve liderlik gibi yönetsel değerlere dayalı bir yönetim kültürünün geliştirilmesi de yönetimciliğin bir diğer boyutu olarak konulmuştur. Kamu hizmeti ortamında bile özel sektör yöntemlerinin daha üstün olduğu inancının üniversite bağlamında, işletme benzeri bir yaklaşımın benimsenmesi, bölümler arası rekabet, üniversitenin markalaşması ve halkla ilişkilerle ilgili faaliyetler gibi uygulamalarda dikkat çekmektedir.

Tüm bunlara ek olarak yukarıda vurgulanan rekabet odaklı yaklaşımın ürünü olarak ortaya çıkan ticarileşme ve piyasalaşma, nicel olarak daha iyi olmak adına çaba harcayan üniversitelerin varlığı ile yeni bir pazar daha yaratmıştır. Bu pazar sektörde nasıl daha yükselişe geçilebileceğine ilişkin yol gösteren yeni danışmanlık firmalarının doğmasına yol açmıştır (Kaya, vd., 2019). Sistem kendi içinde yapısal olarak yeniden tasarlanmıştır. Akademik anlamda ortaya çıkan bu neoliberal süreç tamamen piyasa odaklı “girişimci üniversite” gibi bir yapının da ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

3.1.3. Yapı Boyutu

Yapı boyutu, üniversitelerin örgütsel yapılanması, yönetim biçimleri ve otorite ilişkilerini kapsamaktadır. Yönetimcilik ideolojisiyle birlikte üniversiteler, kamu yararına dayalı kolektif yapılardan uzaklaşarak, performans odaklı, hiyerarşik, merkezileşmiş ve birbirine benzer yapılar haline gelmiştir (Deem, 2001).

3.1.3.1. Yeni Kamu Yönetimi Yaklaşımı

Yönetimcilik, üniversitelerde Yeni Kamu Yönetimi olarak bilinen yönetim modelinin uygulanmasına da yol açmıştır. Bu modelde, üniversiteler piyasadaki aktörler gibi düşünülmekte bu da onların performans ölçümlerine, kalite güvencesine ve dış denetimlere tabi tutulmasına neden olmaktadır. Birçoğu mühendislikten ödünç alınan 'en iyi uygulama' ve 'iş süreçlerinin yeniden yapılandırılması' gibi teknik metaforlarla yüklüdür (Deem ve Brehony, 2005). Akademik kadroların performansı, araştırma çıktılarına ve uluslararası endekslere dayalı olarak ölçülmekte bu da birçok akademisyen için üretim baskısı yaratmaktadır. Bununla birlikte Hindy Schachter'ın (1989) da vurguladığı gibi ABD'de bu anlayış kamu sektörü odaklı ilerici reformculara, iş dünyası liderlerinden bile daha çekici geldiğini göstermektedir (Yalçınkaya, 2024).

3.1.3.2. Eşbiçimlilik

Yönetimcilik ideolojisi üniversitelerdeki karar alma süreçlerini, piyasa ve performans odaklı bir mantığa dayandırmaktadır. Bu yönüyle üniversitelerin kendine has yapılarından ödün vermesine ve birbirine benzeyen kurumsal yapılara dönüşmesine yol açmaktadır. Böylece üniversitelerin birbirine benzer stratejiler benimsemelerine ve belirli yönetim modellerini takip etmelerine neden olmaktadır.

Gülbüz ve diğerleri (2019) Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi'ne giren ilk 10 üniversitenin stratejik planlarına yaptıkları içerik analizi sonucunda Türkiye'deki üniversite stratejik planlarının yüksek düzeyde “kurumsal eşbiçimlilik” gösterdiğini tespit etmiştir. İlgili çalışmada söz konusu bu eşbiçimliliğin mevzuat, kamu bütçesi kısıtları ile YÖK'ün kurumsal konumu ve tutumundan kaynaklanıyor olabileceği belirtilmektedir. Türkiye'deki üniversitelerin zorlayıcı ve öykünmeci eşbiçimlilik üreten düzeneğinin etkisiyle geliştirdikleri stratejilerin farkındalık oluşturmadaki etkisi tartışılması gereken bir sorun iken yükseköğretimde “kurumsal eşbiçimlilik” üreten unsur olarak YÖK'ün etkisi önemli bir diğer sorundur (Gülbüz vd., 2019, s. 654-655).

Eleştirel yönetim çalışmaları perspektifinden bakıldığında, özellikle denetim ve performans göstergeleri üzerinden kurumsal kontrol mekanizmaları güçlenmektedir. Kontrolün artması, akademisyenlerin ve öğrencilerin yaratıcı ve eleştirel düşünme alanını daraltarak, eğitim ve araştırma süreçlerini mekanik ve sayısal hedeflere odaklanmaya zorlamaktadır. Bunun sonucunda üniversiteler, toplumsal fayda üretmekten çok piyasa koşullarına ve ekonomik çıkarlara hizmet eder hale gelecektir.

Özetle yönetimcilik ideolojisi, üniversiteleri sadece eğitim ve araştırma odaklı kuruluşlar olmaktan çıkarıp piyasa koşullarına entegre olmuş kurumlar haline getirme potansiyeline sahiptir. Bu dönüşüm, üniversitelerin işleyişinde ve liderlik yapısında önemli değişikliklere neden olmaktadır, ancak aynı zamanda akademik özgünlük, özgürlük ve toplumsal sorumluluk gibi geleneksel üniversite değerlerinin sorgulanmasına da yol açacağı benzetilmektedir.

4. SONUÇ

Yönetim literatürünün büyük bir kısmının, eleştirel olmayan bir şekilde, yönetsel ayrıcalıklara dayanan bir yönetsel dünya görüşünü teşvik ettiği açıktır. Yönetim bilimcilerin bu yöndeki çabası elindeki kutsal kâseyi duvara fırlatan bir romantik tablosu oluştursa da eleştirel yönetim çalışmalarının araladığı kapının kapanmaması adına ilgili çabaların desteklenmesi yönetim alanının geliştirilmesi adına önem arz etmektedir. Bu niyetle gerçekleştirilen bu çalışmada yönetimcilik ideolojisinin, örgütler üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaratabileceği belirtilmiş ve üniversite örneği özelinde açıklanmaya çalışılmıştır. Verimlilik ve hesap verebilirlik gibi önemli avantajlar sunma potansiyeli taşıyan yönetimcilik insani değerler ve sosyal sorumluluk gibi nitel

unsurların göz ardı edilmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle yöneticilik ideolojisinin örgütlere uygulanması, dengeli bir şekilde ele alınmalı ve yalnızca performans ölçümleri üzerine kurulmamış bir yapı oluşturulmalıdır.

Yöneticilik ideolojisinin üniversitelerdeki etkileri, aktör, süreç ve yapı boyutlarında geniş bir dönüşüme yol açmıştır. Bu ideoloji, akademik özgünlük ve özgürlüğü daraltarak, üniversiteleri piyasa mantığıyla uyumlu bir şekilde yapılandırmıştır. Akademik kimlikler, geleneksel rollerden uzaklaşmış, "yönetici akademisyenlik" gibi yeni kimlik formlarıyla dönüşüm geçirmiştir. Akademisyenlerin araştırma alanları, üniversitelerin piyasa odaklı stratejilerine göre yönlendirilirken eleştirel düşünce ve alternatif yaklaşımlar arka plana itilmiştir. Liderlik anlayışının merkeziyetçi ve hiyerarşik bir yapıya kayması, üniversitelerin demokratik ve katılımcı değerlerini zayıflatmıştır.

Süreç boyutunda, performans ölçümleri, rekabetçilik ve verimlilik odaklı anlayış, üniversitelerin hem işleyişine hem de çalışanlarına ağır bir yük bindirmiştir. Akademik faaliyetlerin metrik sistemlere indirgenmesi, tükenmişlik, yabancılaşma ve iş memnuniyetsizliği gibi sorunları beraberinde getirmiştir. Eğitimin ticarileşmesi ve öğrencilerin müşteri gibi değerlendirilmesi, üniversiteleri piyasa aktörleri haline getirmiştir. Bu süreç, akademik faaliyetlerin toplumsal fayda yerine ekonomik çıkarlar için şekillendirilmesine neden olmuştur. Utrecht Üniversitesi'nin sıralamalara katılmayı reddetmesi, bu performans odaklı yaklaşımın eleştirilmesi açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Yapı boyutunda ise Yeni Kamu Yönetimi yaklaşımı, üniversitelerin özel sektör uygulamalarını benimseyerek piyasa odaklı bir yapı kazanmalarına yol açmıştır. Üniversiteler arası kurumsal eşbiçimlilik, özgün yapıların kaybolmasına ve benzer stratejilerin benimsenmesine neden olmuştur. Akademik süreçler, mekanik ve sayısal hedeflere odaklanmış; bu durum, yaratıcılık ve eleştirel düşünce alanlarını daraltmıştır.

Genel olarak, yöneticilik ideolojisi, üniversiteleri geleneksel eğitim ve araştırma merkezleri olmaktan çıkarıp piyasa mantığına dayalı kurumlara dönüştürmüştür. Ancak bu dönüşüm, üniversitelerin toplumsal sorumluluk, eleştirel düşünce ve akademik özgürlük gibi temel değerlerini ciddi şekilde tehdit etmektedir. Bu durum, yükseköğretimin geleceği için önemli bir sorgulama ve yeniden değerlendirme gerekliliği doğurmaktadır. Buna karşın üniversitelerin içine düştüğü durağanlık ve akademik paralizinden kurtulmanın bir yolu olarak da görülebilir. Bu noktada bir tür "farmakon" yani hem çare hem dert hem ilaç hem zehir diyebileceğimiz özelliği ile üzerinde daha fazla kafa yorulmasını hak etmektedir. Bu nedenle bundan sonraki çalışmalarda bu çalışmada yöneticilik olgusunun etkilediği unsurlar (akademik özgünlük/özgürlük, yönetici akademisyenlik, akademik rekabet ve piyasalaşma, eşbiçimlilik) nitel ve nicel araştırma modelleri ile farklı araştırma soruları ele alınıp incelenmelidir.

Kısaca, ortaya çıktığı ilk andan itibaren eleştirileri maruz kalsa da günümüze kadar varlığını korumuş olan yöneticilik ideolojisi, neoliberal kapitalist sistemin genetiğine uygun olarak kendini dönüştürmeye ve sistemin sürekliliğini korumaya devam etmektedir. Öyle ki özel sektörü aşarak kamu sektöründe daha fazla talepkâr tutumla karşılaşmanın rahatlığıyla varlığını daha uzun yıllar koruyacak gibi görünmektedir. Yönetim ve yöneticilik olgusu kendisi çözülme bekleyen bir sorun iken nasıl olup da sorun çözecektir? sorusunu sorunsallaştırmak da bundan sonraki çalışmaların problemi olabilir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Al Mahameed, M. Yates, D. ve Gebreiter, F. (2024). Management as ideology: "New" managerialism and the corporate university in the period of Covid-19. *Financial Accountability & Management*, 40, 34–57. <https://doi.org/10.1111/faam.12359>

Bok, D. (2009). *Universities in the marketplace: the commercialization of higher education*. Princeton University Press.

Bourdieu, P. (2021). *Homo academicus*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Clegg, S. (2014). Managerialism: Born in the USA [review of confronting managerialism: How the business elite and their schools threw our lives out of balance; managerialism: a critique of an ideology. *Academy of Management Review*, 39(4), 566–576.
- Cunliffe, A. L. (2009). *Management, managerialism and managers. in a very short, fairly interesting and reasonably cheap book about management.* SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781446280317>
- Currie, D., Gerard, M. ve Somerville, P. (2012). Managerialism and nihilism. *Tamara Journal for Critical Organization Inquiry*, 10(4).
- Deem, R. (1998). “New managerialism” and higher education: The management of performances and cultures in universities in the United Kingdom. *International Studies in Sociology of Education*, 8(1), 47. <https://doi.org/10.1080/0962021980020014>
- Deem, R. (2001). Globalisation, new managerialism, academic capitalism and entrepreneurialism in universities: Is the local dimension still important? *Comparative Education*, 37(1), 7–20. <https://doi.org/10.1080/03050060020020408>
- Deem, R. ve Brehony, K. J. (2005). Management as ideology: The case of “new managerialism” in higher education. *Oxford Review of Education*, 31(2), 217. <https://doi.org/10.1080/03054980500117827>
- Deem, R., Hillyard, S. ve Reed, M. (2007). *Knowledge, higher education, and the new managerialism: The changing management of UK universities.* Oxford University Press.
- Delanty, G. (2019). The future of capitalism: Trends, scenarios and prospects for the future. *Journal of Classical Sociology*, 19(1), 10-26. <https://doi.org/10.1177/1468795X18810569>
- Doran, C. (2016). Managerialism: An ideology and its evolution, international journal of management, knowledge and learning. *International School for Social and Business Studies, Celje, Slovenia*, 5(1), 81-97.
- Enteman, W. F. (1993). *Managerialism: The emergence of a new ideology.* University of Wisconsin Press.
- Erdem, R., Eroymak, S., ve Kaya, R. (2019). Akademsiyenlik ikliminden yöneticilik mücadelesine. R. Erdem (Ed.), *Akademide arka sokaklar-Türkiye'deki üniversitelerin informal yüzü* içinde (s. 57-94). Nobel Yayınları.
- Fawcett, P. ve Munday, J. (1998), *Ideology*, Routledge encyclopedia of translation studies. M. Baker ve G. Saldanha (Ed.). Routledge.
- Gaulejac De, V. (2013). *İşletme hastalığına tutulmuş toplum.* Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (1999). *Toplumun kuruluşu: Yapılaşma kuramının ana hatları* (Çev. H. Özel). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Grey, C. (1996). Towards a critique of managerialism: The contribution of Simone Weil. *Journal of Management Studies*, 33(5), 591–611. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1996.tb00810.x>
- Guest, M. (2023). *Neoliberal Din –21. Yüzyılda İnanç ve Güç.* Fol Yayınları.
- Gürbüz, F. G., Ergun, H. S., Dülger-Taşkın, M. ve Samur-Teraman, S. B. (2019). Stratejik planların söylemleri: Üniversiteler arasındaki kurumsal eşbiçimselliğin keşfi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 639-665. <http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.444739>

- Hoopes, J. (2003). Managerialism: Its history and dangers. *Historically Speaking*, 5(1), 6-8.
- Kaya, E., Doğanalp, S. ve İspirli, A. (2019). Akademik kapitalizm. R. Erdem (Ed.), *Akademide arka sokaklar-Türkiye'deki üniversitelerin informal yüzü* içinde (s. 317-346). Nobel Yayınları.
- Keskin, U. (2016). Çalışma yaşamına bakış açılarının tarihsel süreçteki değişimi ve yöneticilik (managerializm) anlayışının yükselişi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 1-18. <https://doi.org/10.20491/isarder.2016.187>
- Kiechel, W. (2012). *The management century*. <https://hbr.org/2012/11/the-management-century> adresinden 1 Ekim 2024 tarihinde alınmıştır.
- Klikauer, T. (2015). What is managerialism? *Critical Sociology*, 41(7-8) 1103-1119. <https://doi.org/10.1177/0896920513501351>
- Klikauer, T. (2019). A preliminary theory of managerialism as an ideology. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 49(4), 421-442. <https://doi.org/10.1111/jtsb.12220>
- Klikauer, T. ve Tannò, A. (2022). Managerialism. *Elgar Encyclopaedia of Public Management*, 340-345. <https://doi.org/10.4337/9781800375499.managerialism>
- Klikauer, T. (2023). Business schools and the language of managerialism. *The language of managerialism* içinde. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-16379-1_5
- Lee, M. H. (2017). Managerialism and the academic profession in Hong Kong. G., Jung, J. (Ed.) *The Changing Academic Profession in Hong Kong. The Changing Academy – The Changing Academic Profession in International Comparative Perspective* içinde. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56791-4_11
- Locke, R. R. ve Spender, J. C. (2011). *Confronting managerialism: How the business elite and their business schools threw our lives out of balance*. London & New York: Zed Books.
- McCarthy, D. ve Dragouni, M. (2021). Managerialism in UK business schools: capturing the interactions between academic job characteristics, behaviour and the 'metrics' culture, *Studies in Higher Education*, 46(11), 2338-2354, <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1723524>
- Musselin, C. (2005). Change or continuity in higher education governance?. I. Bleiklie ve M. Henkel (Ed.) *Governing knowledge higher education Dynamics* içinde. Springer. https://doi.org/10.1007/1-4020-3504-7_5
- Morgan, G. (1998). *Örgüt ve yönetim teorilerinde metafor*. (G. Bulut, Çev.), MESS Yayınları.
- Olssen, M. ve Peters, M. A. (2005). Neoliberalism, higher education and the knowledge economy: From the free market to knowledge capitalism. *Journal of Education Policy*, 20(3), 313-345. <https://doi.org/10.1080/02680930500108718>
- Parsons, T. (2005). *The social system*. Taylor & Francis.
- Pollitt, C. (2016), Managerialism redux? *Financial Accountability & Management*, 32, 429-447. <https://doi.org/10.1111/faam.12094>
- Scott, J. C. (2022). *Devlet gibi görmek bazı toplumsal kalkınma planlarının başarısızlık hikayeleri*. Koç Üniversitesi Yayınları.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations ideas, interests and identities*. Sage Publications.

- Slaughter, S. ve Leslie, L. L. (1997). *Academic capitalism: Politics, policies, and the entrepreneurial university*. Johns Hopkins University Press.
- Slaughter, S. ve Rhoades, G. (2004). *Academic Capitalism and the New Economy*. Johns Hopkins University Press.
- Shepherd, S. (2018). Managerialism: An ideal type, *Studies in Higher Education*, 43(9), 1668-1678, <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1281239>
- Şan, E. (2024). *Teknoloji felsefesi problemleri yazı bellek dikkat*. Akademim Yayınları.
- Taylor, F. W. (2017). *Bilimsel yönetimin ilkeleri*. (Çev. H. Bahadır Akın). Çizgi Kitabevi.
- Uysal, K. ve Peşteli, M. (2022). The course of managerialism in Turkish higher education: An analysis of quality assurance policies and practices. *Higher Education Governance & Policy*, 3(2), 102-119. <https://doi.org/10.55993/hegp.1176742>
- Utrecht University. (2024). *Why does Utrecht University still appear in the QS Rankings?*. <https://www.uu.nl/en/news/why-does-utrecht-university-still-appear-in-the-qs-rankings> adresinden 20 Eylül 2024 tarihinde alınmıştır.
- Quiggin, J. (2003). *Word for wednesday: Managerialism (definition)*. <http://johnquiggin.com/2003/07/02/word-for-wednesday-managerialism-definition/> adresinden 20 Eylül 2024 tarihinde alınmıştır.
- Web of Science (2024). *Managerialism*. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/7fcedde4-5928-4a1a-ad7d-c5c480cb6224-010620340e/date-descending/1> adresinden 14 Temmuz 2024 tarihinde alınmıştır.
- Wren, D. A. ve Bedeian, A.G. (2021). *Yönetim düşüncesinin evrimi*. Albaraka Yayınları.
- Vong, S. (2021). More Critical, Less managerial: Addressing the managerialist ideology in academic libraries. *Partnership*, 16(2), 1–20. <https://doi.org/10.21083/partnership.v16i2.6354>
- Yalçınkaya, A. (2024). Adapting western management practices: the rationalization and Taylorization of Turkish state monopolies in early republican Turkey (1933–1950), *Journal of Management History*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JMH-04-2024-0043>